ESTIMATES

National Film Board

Performance Report

For the period ending
March 31, 2001

Canada

Improved Reporting to Parliament
Pilot Document

Each year, the government prepares Estimates in support of its request to Parliament for authority to spend public monies. This request is formalized through the tabling of appropriation bills in Parliament.

The Estimates of the Government of Canada are structured in several parts. Beginning with an overview of total government spending in Part I, the documents become increasingly more specific. Part II outlines spending according to departments, agencies and programs and contains the proposed wording of the conditions governing spending which Parliament will be asked to approve.

The *Report on Plans and Priorities* provides additional detail on each department and its programs primarily in terms of more strategically oriented planning and results information with a focus on outcomes.

The *Departmental Performance Report* provides a focus on results-based accountability by reporting on accomplishments achieved against the performance expectations and results commitments as set out in the spring *Report on Plans and Priorities*.

The Estimates, along with the Minister of Finance's Budget, reflect the government's annual budget planning and resource allocation priorities. In combination with the subsequent reporting of financial results in the Public Accounts and of accomplishments achieved in Departmental Performance Reports, this material helps Parliament hold the government to account for the allocation and management of funds.

©Minister of Public Works and Government Services Canada — 2001

Available in Canada through your local bookseller or by mail from

Canadian Government Publishing — PWGSC

Ottawa, Canada K1A 0S9

Catalogue No. BT31-4/51-2001
ISBN 0-660-61703-X

102-01156/

Foreword

In the spring of 2000 the President of the Treasury Board tabled in Parliament the document "Results for Canadians: A Management Framework for the Government of Canada". This document sets a clear agenda for improving and modernising management practices in federal departments and agencies.

Four key management commitments form the basis for this vision of how the Government will deliver their services and benefits to Canadians in the new millennium. In this vision, departments and agencies recognise that they exist to serve Canadians and that a "citizen focus" shapes all activities, programs and services. This vision commits the government of Canada to manage its business by the highest public service values. Responsible spending means spending wisely on the things that matter to Canadians. And finally, this vision sets a clear focus on results – the impact and effects of programs.

Departmental performance reports play a key role in the cycle of planning, monitoring, evaluating, and reporting of results through ministers to Parliament and citizens. Earlier this year, departments and agencies were encouraged to prepare their reports following certain principles. Based on these principles, an effective report provides a coherent and balanced picture of performance that is brief and to the point. It focuses on results – benefits to Canadians – not on activities. It sets the department's performance in context and associates performance with earlier commitments, explaining any changes. Supporting the need for responsible spending, it clearly links resources to results. Finally the report is credible because it substantiates the performance information with appropriate methodologies and relevant data.

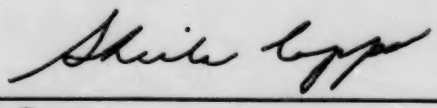
In performance reports, departments strive to respond to the ongoing and evolving information needs of parliamentarians and Canadians. The input of parliamentarians and other readers can do much to improve these reports over time. The reader is encouraged to assess the performance of the organization according to the principles outlined above, and provide comments to the department or agency that will help it in the next cycle of planning and reporting.

This report is accessible electronically from the Treasury Board of Canada Secretariat Internet site:
http://www.tbs-sct.gc.ca/rma/dpr/dpre.asp
Comments or questions can be directed to this Internet site or to:
Results Management and Reporting Directorate
Treasury Board Secretariat
L'Esplanade Laurier
Ottawa, Ontario, Canada
K1A 0R5
Tel.: (613) 957-7167 – Fax: (613) 957-7044

National Film Board

Performance Report

For the year ended
March 31, 2001



Sheila Copps
Minister of Canadian Heritage

Table of Contents

PART I: MESSAGES

A. Minister's Message 1
B. Government Film Commissioner's Message 2

PART II: THE NATIONAL FILM BOARD

1. Strategic Context 3
2. Objectives 4
3. Outcomes 5
4. The NFB's Contribution to Federal Government Priorities 17

APPENDICES

I CONSOLIDATED REPORTING 19

II FINANCIAL PERFORMANCE 20
A. Financial Performance Overview 20
B. Financial Summary Tables 21

III BACKGROUND ON THE NATIONAL FILM BOARD 26
A. Mandate and Mission 26
B. Organization 27
C. Organization Chart 28

IV OTHER INFORMATION 30
A. Contact List 30
B. Legislation Administered and Associated Regulations 30

Part I

Minister
of Canadian Heritage

Ministre
du Patrimoine canadien

Ottawa, Canada K1A 0M5

The National Film Board of Canada encourages Canadians to celebrate our cultural diversity and build shared values, while promoting Canada internationally as a model of tolerance and respect for linguistic and cultural diversity, a technologically advanced country in the new globalized economy and a society that draws from its vital forces and its own values while remaining open to the world.

In carrying out its programs and activities, the National Film Board of Canada works with the other federal agencies and organizations that make up its Portfolio as well as a broad range of other partners across the country. Its work helps Canadians to know their country better, to understand more fully its history and cultural diversity and, above all, to regard it as a treasure to be shared and preserved for future generations.

By supporting Canadian cultural expression and content in all its forms, the Canadian Heritage Portfolio contributes, as this report attests, to a great vision for our society, giving meaning to our common identity and shared values.

This is our mission. We take it very seriously.

This Performance Report takes stock of the results of the support, partnerships and investment in our efforts to energize all forms of Canadian cultural expression and project Canadian values in the more integrated world community. It demonstrates that this work furthers the Government of Canada's priorities for social change and also strengthens the social and cultural fabric of our great country.

Sheila Copps

Canada

Government Film Commissioner's Message

The NFB has a privileged place in Canada audio-visual landscape. The father of Canadian cinema, of auteur filmmaking, the NFB produces and distributes works which have shaped the consciousness, perspectives and ideas of many generations of Canadians and others around the world. These works continue to have relevance for Canadians, many of which are in demand thirty or forty years after having been made.

These works – documentaries, animation, new media and other works expand the creativity continuum and reflect Canadian realities and perspectives. These works are seen on television networks and specialty services, in theatres, schools and educational institutions, public libraries and are increasingly available on the Internet. The long-term and enduring benefit of these works is that they speak to Canadians of all ages and origins, connect Canadians to other Canadians, connect Canadians to Canada and brand Canada to the world.

In the last few years, the NFB implemented significant changes brought on by the federal government's fiscal realities. These changes were done in a context of prudence and judgement with the guiding principle of maintaining core activities and at the same time continuing to develop cinema for and by the Aboriginal community, women, cultural diversity groups and emerging filmmakers across the cuotnry. The NFB has also seized the opportunities of making the NFB's works accessible and visible on an expanding broadcasting system and more recently on the Internet. CineRoute, which will in the near future deliver films via the Internet on-demand, is an example of the NFB's capacity and resilience to innovate and develop despite budget restrictions.

The NFB has emerged as relevant as ever and is committed to building on its founding role in Canadian cinema. The interest in the NFB's works by the public call for greater proximity to our audiences – throught more local screenings, more broadcasts on television, more access on the Internet, theatres and schools – in essence – using all means to reach different constituencies.

Our success in achieving our mandate is measured by the tools that the NFB has developed and implemented over the years and which have become more accurate and meaningful. These tools continue to be refined especially as concerns measurement of audience reach, interest, appreciation and impact. The NFB is committed to seeking otu new tools to assess the quality of the NFB's works and relevance of these works to Canadians.

The priorities for the future are to continue to be relevant to future generations through ongoing creative renewal in different markets but in particular the educational and new media markets, new strategies for reaching audiences, new approaches to reflect cultural and linguistic diversity, to embrace new voices, visions and ideas.

The "performance story" captured in this report is focused on meeting principles of effective reporting, keeping in mind that the difference that the NFB makes in the lives of individual Canadians is a subjective one. At the same time, the tools available tell us that the NFB brand is recognizable in Canada and abroad, and that the appeal of NFB works continues unabated.

Jacques Bensimon
Government Film Commissioner
and Chairman of the National Film Board of Canada

Part II

Part II: The National Film Board

1. Strategic Context

The NFB produces, distributes and make accessible to Canadians and foreign audiences audiovisual works that reflect Canadian realities and perspectives while innovating in various aspects of filmmaking. These works are seen on Canadian television networks and specialty services, shown in theatres (animation), and used in schools and public libraries and are becoming increasingly accessible on the Internet.

The enduring benefit of the NFB's mandate is connecting Canadians of all ages and origins to other Canadians, connecting Canadians to Canada and branding Canada abroad. The unique works produced by the NFB accomplish this. These works are aimed at providing Canadians with a sense of their country, their place in it, and its place in the world. These works are intended to increase viewers' knowledge and understanding of social and cultural realities of Canada. In a world in which markets and trade know no borders, the NFB plays an essential role in creating and communicating Canadian stories.

One of the federal government's priorities is to enhance and strengthen the Canadian experience. The NFB's audiovisual works are aimed at deepening understanding of diverse issues and building shared values. These works provide Canadians with high-quality Canadian content. The government's priorities also include development of new talent and serving the special constituencies of children, young people and Aboriginal people. The NFB plays a central role in meeting these priorities through its first works initiatives and through the English and French core programs' focus on works for children and youth.

As a supplier of high-quality Canadian television programming to the Canadian broadcasting system, the NFB is currently being challenged by changes taking place in the system. These changes include expansion of the broadcasting system through the licensing of hundreds of new specialty channels, the maturity of existing specialty services and generally lower licence fees. While some of the new services may provide opportunities for increasing the reach of the NFB's works by broadcasting programming compatible with the NFB's collection, at the same time, the greater fragmentation of the market is decreasing the amounts paid for programming and decreasing overall revenues for the NFB.

The awarding of a television specialty service licence by the CRTC to the NFB, Corus and four independent producers to program The Canadian Documentary Channel will create new opportunities for the NFB to position its documentary programming with the goal of achieving higher visibility, awareness and audiences.

The NFB continues to expand its use of the World Wide Web both as a creative production medium (Web animation) and as vehicle for interacting directly with users, not only in Canada but also around the world. The NFB's production of point-of-view documentaries and artist-driven animation constitutes a valuable "brand" on the Web. Video streaming via the Internet is

likely to continue to be a component in virtually all broadcast uses. This will continue to require adjustments to both NFB agreements with rights-holders and internal policies about Internet rights pursuant to broadcast sales.

Partnerships continue to be important for the NFB in terms of opportunities for co-productions, increasing the visibility of the Board, and making works more accessible to Canadians.

The NFB continues to work in partnership with CANARIE, the promoter of a Canada-wide high-bandwidth fibre optic network called CA*net 3, and RISQ (Réseau interordinateurs scientifique québécois), to increase and enhance Canadians' access to its audiovisual works. This on-line and on-demand access allows Canadian universities and research centres to view over 800 films from the NFB collection on-line in real time. An evaluation of this initiative demonstrates its usefulness as an information and reference tool. (*Évaluation du processus d'implantation de CinéRoute dans les institutions postsecondaires canadiennes*, ABC Inc.).

New partnerships include one with Famous Players in which the NFB provided several children's hospitals across Canada (Montreal, Moncton, Halifax) with videocassettes featuring NFB animation.

Overall, the NFB's challenges for the future are linked to environmental changes taking place in the Canadian broadcasting system, the Internet and other networks – all of which demand creative approaches to marketing by building on the already solid brand recognition of NFB works.

2. Objectives

The NFB has three strategic objectives:

1. Produce high-quality documentary and animation audiovisual works that reflect diverse Canadian perspectives and realities and foster innovation and new talent

   Strategies

   - Give priority to film production in the allocation of resources
   - Make the NFB more open to creators throughout Canada
   - Improve the productivity of the production and post-production process while respecting the imperatives of creativity
   - Maintain a decentralized structure
   - Reflect diversity on screen and behind the scenes
   - Explore new production media
   - Experiment with the new interactive, digital production and distribution tools
   - Develop new film talent and skills
   - Continue working to achieve the goals set forth in the Employment Equity Action Plan

2. Distribute and promote NFB productions and improve access to productions for Canadian and foreign audiences

Strategies

- Take advantage of the proliferation of television channels in Canada and abroad
- Establish partnerships with public agencies and private organizations
- Facilitate access to the entire NFB collection through a variety of means
- Develop and diversify Canadian and international markets
- Develop improved e-commerce capability for on-line sales to both home consumers and institutional buyers, initially in Canada and then in the United States
- Continue developing the CineRoute pilot project to extend remote access to institutional clients and eventually all Canadian homes with an appropriate Internet connection
- Implement the Electronic Rights Management System (ERMS) to improve the distribution and delivery of content via the Web
- Improve marketing and distribution structures

3. Manage resources efficiently and responsibly

Strategies

The aim is to link the NFB's resources with outcomes and to ensure that resources are used efficiently and effectively. Central to this is keeping the NFB's operational and administrative infrastructure to an absolute minimum. This is accomplished by:

- Making use of computerization and new information systems
- Continuing to upgrade production and distribution systems
- Modern comptrollership initiatives based on best practices

3. Outcomes

The NFB's performance in meeting its three key objectives merits a review of each in order to garner an understanding of the particular context in terms of strategies undertaken, resources used and refinement of tools used to measure outcome. This review also provides an opportunity to assess the effectiveness of the strategies used.

OBJECTIVE 1:

PRODUCE HIGH-QUALITY DOCUMENTARY AND ANIMATION AUDIOVISUAL WORKS THAT REFLECT DIVERSE CANADIAN PERSPECTIVES AND REALITIES, AND FOSTER INNOVATION AND NEW TALENT

This is an objective that can only be achieved in the long term. One of the challenges for the NFB is to continue to ensure that its works interpret changing realities and allow the expression of new voices and new social phenomena.

Allocation of resources to production is therefore a priority, with approximately 65% of the NFB's resources being allocated to production. Tools used to assess how this objective is being met include:

- level of audience satisfaction and interest in films
- recognition by Canadian and international film peers in the form of awards
- reflection of diversity through representativeness of filmmakers

The NFB has attempted to use these indicators to assess the Board's ability to meet objective 1. However, since the reaction to a work of art is a subjective experience, it is a challenge to ascertain the long-term success of the NFB's audiovisual works in deepening understanding among Canadians and increasing shared values. Nevertheless, the indicators used by the NFB (as outlined above) suggest that audiences do watch NFB films when they have access to them, and that industry peers consider NFB films to be high quality and innovative. At the same time, the films that are being made echo the voices of different cultural groups and young filmmakers.

It should be pointed out that a study found that the NFB is perceived in the media as a producer of high-quality works, especially in the area of documentary and animation. Also worth noting is that this study found that NFB works that were made in the past continue to be referenced as high-quality works. (*Outil de mesure des réactions de la presse à l'égard des films de l'ONF, Danielle Charron*, March 31, 2001)

It is important to note that the diversity of subject matter and experimentation in works are also indicators of how the NFB fosters innovation. One of the main characteristics of the subject matter is that the works provoke discussion on important social issues.

In 2000-2001, the NFB completed 87 films, videos and multimedia products, including co-productions. They can be broken down as follows:

Number of Products	
Documentaries	53
Animated films	24
Educational videos/CD-ROMs for young people	5
Feature-length dramas	1
Compilations (original footage)	4

Of these, some of the experimental projects undertaken include *Tableaux d'un voyage imaginaire*, the NFB's first film shot on high-definition video, and *Between the Lines*, a two-disc CD-ROM package with an integrated Web site which lets students develop literacy skills.

In the animation stream, the NFB is working to enlarge the creation process on-line so those creators can collaborate across great distances nationally and internationally.

The subject matter included:

People and Cultures of Canada
Culture and Arts
Cultural Diversity
Physical Geography/Nature/Environment/Arts and Media
Social/Legal/Moral Issues
History/Politics/Government
Psychology/Interpersonal Relationships
Sports and Recreation
Childhood/Adolescence/Family Issues
Science and Technology

The NFB's strategies to explore new production media and experiment with new interactive, digital production and distribution tools are aimed at extending the production of traditional media by using the Web. This enlarges the experience offered by an audiovisual production made using traditional media. Also, interactivity added to an audiovisual production deepens the viewing experience of an audiovisual work and reaches younger audiences.

Level of Audience Satisfaction and Interest in Films

The relevance and quality of films can be measured by audience size, among other things. The indicator used to determine audience size is cumulative Canadian television audience.

Cumulative Canadian Television Audience (in thousands)

	1998–1999	1999–2000	2000-2001
French audience	74,000	55,000	27,389
English audience	119,000	82,000	33,200
Total	**193,000**	**137,000**	**60,589**

The decrease in cumulative audience for 2000-2001 can be explained by the fact that the NFB's collection has been exploited to its maximum by the wave of specialty services licensed a few years ago. The launch of The Canadian Documentary Channel (of which the NFB is a partner), slated for 2001, will help boost the Canadian audience for NFB works.

We should note that while cumulative audience is a useful indicator, it does not illustrate the success of certain films which had outstanding television premieres attracting audiences of half a million or more. This includes the CTV broadcast of *When a Child Goes Missing* which attracted an audience of 844,000 and three other English-language films, *Worst Case Scenario, Ah the Money, the Money, the Money: The Battle for Salt Spring* and *Nuclear Dynamite* which drew audiences of 626,000, 550,000 and 498,000 respectively. The French-language productions *Enfer et contre tous!* and *L'armée de l'ombre* attracted audiences of 565,000 and 420,000 respectively for their television premieres.

It should be pointed out that the methodology used for audience measurement is constantly being refined since the tools were originally developed to meet broadcaster needs in terms of selling programming to advertisers. The current tools are not sophisticated enough to assess, for example, the value of watching an NFB documentary on a specialty documentary service versus a general-interest service. In other words, the ability to measure the quality of the experience and its impact on deepening the understanding and knowledge of Canadians, as opposed to quantity, that is total number of Canadians watching an NFB work.

Audience research is ongoing and the NFB will monitor progress made to improve the tools currently being used or new tools that could be developed that would provide more valuable information on audience reach and satisfaction.

One of the initiatives which is presently being explored is the creation of a working task force with representatives from Telefilm Canada, the Canadian Television Fund, CRTC, Statistics Canada, Department of Canadian Heritage and audience data suppliers BBM and Neilsen. The mandate of this task force would be to refine the tools being used to measure audience reach. The NFB intends to follow this initiative closely and participate if appropriate.

In December 2000, the NFB organized a focus group to test the Web development under way for the *Kids Destination* site by having children come to the NFB and experiment directly on the Internet to ascertain interest and satisfaction. These groups are conducted on an ad hoc basis and provide the NFB with valuable information on initiatives.

Recognition by Canadian and International Film Peers in the Form of Awards

Recognition of the excellence of NFB films by industry peers in Canada and abroad is an objective measure of the competitiveness — and thus the quality, relevance and innovativeness — of the NFB's productions. The following table shows the number of awards won by NFB productions in festivals during this fiscal year, compared with the results of previous years.

Awards Won by Productions

	1998–1999	1999–2000	2000–2001
Canada	36	38	46
International	65	93	83
Total	**101**	**131**	**129**

Year after year, the NFB continues to receive awards, honourable mentions and tributes both in Canada and on the international scene — eloquent testimony to the quality, relevance and innovation of its filmmaking.

The year 2000-2001 brought the NFB a second award from the Cannes International Film Festival – a Camera d'or for *Atanarjuat*, the first feature film in Inuktitut, while *Deep Inside Clint Star*, made under the Aboriginal Filmmaking Program, won the Donald Brittain Award at the Gemini Awards honouring English-language television. Awards went to a variety of films entered in a wide range of festivals. A few examples follow:

- *Les Saisons de Ludovic (Seasons in the Life of Ludovic),* a delightful series of children's shorts, picked up ten awards;
- *Des marelles et des petites filles... (Of Hopscotch and Little Girls)* won eight awards, including three Gémeaux;
- *The Boy Who Saw the Iceberg* won a silver FIPA at the International Audiovisual Programme Festival in Biarritz, France;
- *Village of Idiots* has won a total of 16 awards since its release, including the Genie for best animated short;
- *Âme Noire/Black Soul* won the Golden Bear at the Berlin International Film Festival;
- *Nuclear Dynamite* picked up awards in China, the United States and Italy;
- *Through a Blue Lens* won three major awards at the prestigious Japan Prize competition.

A number of other titles carried off awards in specialized categories such as science and technology, educational media, children's films, art films, social issues, religion, indigenous people, mental health, media literacy, race relations and the environment.

The NFB's contribution to filmmaking was recognized through the Governor General's Award given to Alanis Obomsawin, one of the NFB's best documentary filmmakers, for her longstanding career and significant contribution to Canadian filmmaking. The NFB was also honoured by the

International Audiovisual Programme Festival in Biarritz for its outstanding body of work and ongoing commitment to an ideal of excellence and innovation.

Reflection of Diversity through Representativeness of Filmmakers and New Talent

The NFB is committed to developing young filmmakers by giving them the opportunity to make a film in a professional filmmaking milieu through a variety of initiatives. Some of these initiatives are particularly aimed at filmmakers who come from culturally diverse backgrounds. For example:

- The Libres courts program enabled seven young filmmakers to make their first documentary shorts.
- The Aboriginal Filmmaking Program has seen the completion of 22 films thus far.
- The Cinéastes autochtones competition has recruited a fifth Aboriginal filmmaker to direct a documentary.
- The Reel Diversity program for visible minority filmmakers gave six filmmakers opportunities to produce half-hour films with budgets under $100,000. Given the program's success in Ontario, it will be extended to other regional production centres.
- Filmmaker assistance programs, through which the NFB pays the costs of some equipment and services and offers professional advice to emerging filmmakers, allowed the NFB to support 239 projects across Canada.

Projects Supported

	1998–1999	1999–2000	2000-2001
Aide au cinéma indépendant (ACIC)	76	68	66
Filmmaker Assistance Program	164	169	173
Total	**240**	**237**	**239**

OBJECTIVE 2:

DISTRIBUTE AND PROMOTE NFB PRODUCTIONS AND IMPROVE ACCESS TO PRODUCTIONS FOR CANADIAN AND FOREIGN AUDIENCES

The aim is to ensure that the NFB makes use of all distribution channels to reach Canadian and foreign audiences in different markets by means of effective marketing strategies and facilitating access to its film collection – the cornerstone of Canada's audiovisual heritage. The overall goal is to generally increase use of NFB audiovisual productions by broadcasters, educational institutions, libraries and other markets.

Indicators used to measure performance include:

- progress made in the development of new markets as well as diversification of markets measured by revenues generated, rentals of NFB productions, and
- access to the NFB's audiovisual holdings as measured by information requests and use of the collection, including use of the CineRoute pilot service for on-demand delivery of films via the Internet.

It should be noted that while these indicators are useful in assessing the degree to which NFB productions are used in different markets by both Canadian and foreign audiences, the challenge in the long term is to find the tools to measure the impact of the NFB's works on users, especially in terms of the extent to which the NFB brand continues to communicate "the Canadian experience" to foreign audiences.

We should also note that the overall marketing strategies used by the Board to increase visibility and awareness of NFB audiovisual works are constantly being revisited to ensure effectiveness. For example, the NFB organizes press launches of new films and conducts research in the areas of user needs, branding and communications via the Internet. The focus of this research is in the long term to establish www.nfb.ca as a "must visit" destination for anyone interested in point-of-view documentaries and auteur animation.

On a larger scale, the NFB also commissioned a study which examined potential options for making tactical and strategic improvements to marketing and distribution.

Market Development and Diversification

The revenue generated and the number of transactions processed are indicators of the effectiveness of the NFB's marketing strategies, success achieved, and the appeal of NFB productions in various markets.

Canadian Markets

Revenues from the sale of film prints and videocassettes increased, while revenues from the television and theatrical markets decreased. In the case of television, the dramatic expansion of the Canadian broadcasting system has led to the licensing of hundreds of new specialty services which will likely increase the reach of NFB productions but at the same time have significantly decreased the licence fees paid to the NFB by broadcasters.

In the non-theatrical market (educational and institutional), the NFB undertook a study to ascertain future demand and the impact of technological development on the market. The study noted that future demand would be in the curriculum area in subject areas such as science, geography, history, business training and social studies. The study also pointed out that digital delivery will have a significant impact on this market and that Web-based promotions and on-line sales are gaining momentum. These findings provide essential information in terms of revising current strategies to meet the NFB's objective 2. *(Non-feature Video Market in Canada Research Study*, Generations Research, April 2001)

The following table shows the different markets in Canada.

Revenue by Market

	1998–1999	1999–2000	2000-2001
	$	$	$
Royalties			
Television	1,139,978	1,653,167	921,852
Theatrical	148,306	140,754	120,190
Sales of prints and videocassettes	1,772,086	1,703,264	1,810,146
Rentals	18,778	18,855	18,214
Sales of stock shots	433,101	681,989	676,503
Total	**3,512,249**	**4,198,029**	**3,546,905**

The NFB has also established partnerships with various public libraries in the different regions of Canada whereby the libraries are granted preferential rates for acquiring NFB films in return for providing a loan or rental service for these films for their patrons.

Film Loans by Partner Libraries

1998–1999	1999–2000	2000-2001
214,452	198,102	208,660

This market saw an increase of more than 10,000 loans compared with the previous year.

Foreign Markets

Foreign Revenue by Market

	1998–1999	1999–2000	2000-2001
	$	$	$
Television	1,001,610	2,019,610	977,573
Theatrical	404,225	59,868	147,941
Institutional and educational	777,703	880, 483	943,962
Consumer	80,890	165,424	325,969
Total	**2,264,428**	**3,125,396**	**2,405,445**

The non-theatrical and consumer markets performed well in 2000-2001 thanks to new agreements signed and the growing DVD market. The television market, however, experienced a significant decrease in revenues. This can be partly explained by the economic instability of the U.S. market and the proliferation of specialty services which is fragmenting the market and driving licence fees for documentaries down to an all-time low.

Access to the NFB's Audiovisual Holdings

Providing users with access to the NFB's audiovisual holdings is an essential aspect of reaching more audiences and increasing visibility and awareness of NFB works.

Information Requests

During the year, the NFB developed a new version of its multimedia catalogue, a dynamic listing of 7,000 films, containing a synopsis, credits and stills along with an advanced search engine. In the future, this audiovisual database will be expanded to include titles from other organizations. This last year saw a dramatic increase in the number of queries of the catalogue, as the table below illustrates:

Catalogue Queries

1998–1999	1999–2000	2000-2001
8,036,000	10,698,366	20,225,321

Utilization of the Collection

Over the course of the year, we continued to transfer new titles to videodisc (298 titles), adding them to the CineRobotheque catalogue and making them available to customers. The combined effect of more productions available and improved accessibility of information about the films helped increase use of this rich Canadian audiovisual heritage.

Different titles* sold or rented in Canada and abroad in 2000-2001, by decade of production

	1999-2000	2000-2001
1921–1930†	2 titles	2 titles
1931–1940†	9 titles	27 titles
1941–1950	207 titles	210 titles
1951–1960	346 titles	400 titles
1961–1970	680 titles	629 titles
1971–1980	968 titles	989 titles
1981–1990	1,183 titles	1,180 titles
1991–2000	1,497 titles	1,613 titles
Total	4,892 titles	5,050 titles

* *English and French versions are counted as different titles.*

† *The NFB is the repository of certain collections of films produced by other government agencies before it was founded in 1939.*

The appeal and interest of the NFB's collection to audiences both in Canada and elsewhere should be noted here: almost 45% of the titles sold or rented were produced over 20 years ago. This is significant in that it shows that NFB productions remain important reference tools regardless of when they were produced. This also validates the importance of conserving NFB films and making them as accessible as possible.

The NFB's CineRoute initiative now provides Canadian universities and research centres with access to 800 NFB films. According to a recent evaluation, users generally appreciate this access to the NFB's collection and the transmission quality of the films viewed.

An evaluation of this initiative demonstrates its usefulness as an information and reference tool. Client profiles were established and case studies of eight universities conducted. As well, user sessions were analysed, resulting in useful data and trends. The final report served as a tool for discussion with groups outside the NFB who were interested in the results of the project. (*Évaluation du processus d'implantation de CinéRoute dans les institutions postsecondaires canadiennes*, ABC Inc.)

OBJECTIVE 3:

MANAGE RESOURCES EFFICIENTLY AND RESPONSIBLY

The aim is to strengthen the link between the NFB's use of resources and the outcomes achieved, and to ensure that resources are used efficiently and effectively. Indicators used include:

- allocation of resources to production compared to other areas;
- improvements made to external and internal systems resulting in better tracking and monitoring of resources;
- use of evaluation, audits and other studies to anticipate and plan for potential changes to policies and programs and make appropriate adjustments in a timely fashion.

Resources Allocated to Production

One of the ways that the NFB ensures that resources are linked to outcomes is by meeting the target of allocating the majority of its resources to filmmaking so as to produce high-quality works. As demonstrated in Appendix 2, in 2000-2001, approximately 66% of the NFB's budget was planned to be spent on filmmaking, compared with 23% on distribution and marketing and 11% on management support.

The NFB continues to make a special effort to keep the administrative costs of production as low as possible. In the table below, it can be seen that the administrative costs of production have remained about the same, although the direct costs have gone up by $3.5 million. This can be explained by the fact that in 2000-2001, direct production costs included the one-time purchase of a telecine for $2.3 million (for which the NFB received a special allocation of $2.0 million).

Production Resources

(millions of dollars)

	Actual 1998–1999		Actual 1999–2000		Actual 2000–2001	
Production (direct costs)	38.7	(68%)	40.0	(67%)	43.5	(69%)
Administration of production	1.6		1.6		1.7	
Net cost of the NFB program	56.7	(100%)	59.3	(100%)	63.0	(100%)

The NFB considers that the priority for the Board is to produce works which contribute to meeting the federal government's priorities to create high-quality works that brand Canada, connect Canadians to each other and connect Canada to other countries. The NFB engages in co-productions with various partners, further ensuring that resources are pooled with the private and public sectors.

Improvement to External and Internal Systems

Systems for production, distribution and administration were enhanced in order for the NFB to meet its objectives to produce high-quality audiovisual works and to ensure that these works reach audiences by the most effective means possible. Initiatives include:

- deployment of high-speed connections and high-capacity servers to link all of the NFB's production centres across the country, making it possible to work together in real time;
- implementation of the Customer Relationship Management (CRM) module, an integrated e-commerce system designed to provide better service to NFB customers;
- development of the Synchrone project which will integrate all administrative information on films and audiovisual productions in order to improve the quality of information managed by the NFB;
- development of the Electronic Rights Management System (ERMS) which will track information related to rights for some 10,000 productions;
- improvement in the delivery of high-quality audiovisual images via the CineRoute project further to an evaluation study of the project;
- implementation of some initiatives in line with the modern comptrollership principles, such as risk analysis with regard to management practices, internal control systems and information for decision-making.

As a whole, these systems enable the NFB to better manage its resources, strengthening the links between resources and desired outcomes.

Use of Evaluations, Audits and Other Studies

One of the priorities for the NFB is to anticipate and plan potential changes to policies or programs which may be required because of environmental or other factors. The results of evaluation studies, audits and other studies provide comprehensive and relevant information on performance, allowing the NFB to enhance future operations. In some cases, these studies provide useful information on changing conditions.

The NFB is committed to undertaking evaluations and audits in line with the federal government's new policy. These studies assist in meeting the objective of managing resources more efficiently and effectively by anticipating changes to be made in policies and programs, explaining in a quantifiable manner the results and modifications to be made, undertaking risk management and implementing a long-term audit plan.

4. The NFB's Contribution to Federal Government Priorities

Enhancing and Strengthening the Canadian Experience

For over 60 years, the mandate of the NFB has been to interpret Canada to Canadians by producing films on various aspects of their realities and distributing the films to the general public and specialized audiences.

This year the NFB produced 87 new works and made them available to Canadians and provided access to its existing collection of over 9,000 films.

These works increase Canadian audiences, providing Canadians with diverse Canadian choices, reflecting Canada's linguistic and cultural diversity. They also serve to bridge distances and deepen understanding among Canadians and build shared values.

The NFB draws on Canadian creativity and talent from diverse backgrounds, ensuring that Canadian talent is utilized and recognized. The NFB works with young people, for example by offering first works programs and introductions to filmmaking, and by providing training and support for new filmmakers from culturally diverse communities to enable them to express their own realities, learn a fascinating occupation and enter the job market.

Canadian Works for Special Constituencies: Children and Youth and Aboriginal People

French Program and English Program have each set up a program targeting children and youth exclusively. Documentaries, animated films and interactive on-line or CD-ROM productions are made each year and distributed to these audiences by the most appropriate means of reaching them and attracting their interest.

One of the federal government's priorities is to connect Canadians to one another. The NFB's special focus on producing works for young people and involving them in the filmmaking process helps young Canadians connect to other Canadians and provides opportunities for young Canadians to learn about Canadian history, identity, values and heritage.

The NFB has also implemented film production, distribution and training initiatives to enable Aboriginal artists and filmmakers to express themselves and interpret their realities. For example:

- Several films about Aboriginal people by Aboriginal filmmakers have been produced and are available in the collection.
- A production program specifically designed for Aboriginal filmmakers is in its second three-year cycle.
- A competition is held every year to recruit Aboriginal filmmakers to learn filmmaking, make a film and then enter the job market.
- NFB films are broadcast on the Aboriginal Peoples Television Network (APTN).
- The NFB is working with the APTN to co-produce low-budget films by emerging Aboriginal filmmakers.

Connecting Canadians to the World

As a public institution recognized around the world for its high-quality works, the NFB promotes Canadian values to the world. These works highlight Canadian talent and expertise. The awards garnered internationally for NFB works are powerful indicators of quality, relevance and innovation.

The good will generated by the NFB's presence and visibility creates opportunities for the government to participate in international events for promoting cultural diversity, for example, and for private sector companies to increase the exports of other cultural products.

Appendices

Appendix I: Consolidated Reporting

Modernizing Comptrollership

The NFB will join in phase 2 of the modernization of comptrollership which started in the fall of 2001. However, a number of initiatives are already under way to meet the objectives of this project. These include:

- implementation of integrated financial systems and the Financial Information Strategy (FIS);
- risk assessment conducted by internal audit;
- harmonization of databases to improve management reports;
- establishment of criteria to ensure information quality.

Transfer Payments

In 2000-2001, the NFB disbursed $235,000 in transfer payments. Of this, $8,000 was in the form of grants to encourage award-winners at significant film events of national or international interest held in Canada, and the rest consists of contributions to support non-profit organizations working in the film sector and to help promote Canadian cinematography. These are always small amounts paid to a number of different recipients.

Special Travel Policies

Although, as a separate employer, the NFB may establish its own travel policy, in practice we follow Treasury Board's policy very closely; any differences would have an almost negligible effect. At the NFB, the same travel policy applies to all categories of staff, including Governor-in-Council appointees and executives.

Materiel Management

For the past several years, the NFB has kept records of its inventories of movable goods and goods held for sale (audiovisual products). Physical counts and re-assessments are done on a regular basis to ensure that our financial statements always show the actual value of these goods.

Service Improvement Initiative

The NFB participated in the information sessions on implementation of the federal government's five-year Service Improvement Initiative. The NFB is currently examining the common measurement tools proposed and will implement initiatives in accordance with the government's proposed phase-in plan.

Appendix II: Financial Performance

A. Financial Performance Overview

Financial information

National Film Board	**$**
Planned Spending (net)	59,243,000
Total Authorities (net)	65,159,693
Actual Spending in 2000-2001 (net)	**63,041,634**

Note: *The summary financial information includes three figures showing:*

- *the amount planned at the beginning of the fiscal year (Planned Spending);*
- *the amount authorized reflecting additional spending which Parliament decided to grant the departments in light of changing priorities and unexpected activities (Total Authorities);*
- *the amount actually spent (Actual Spending in 2000-2001).*

Planned allocation of the NFB's financial resources among the objectives described in Part II:

Production of audiovisual works	66%
Distribution, marketing and improving access to audiovisual works	23%
Management support	11%

Tables 1 and 2 in Section B show the appropriations granted to the NFB for 2000-2001 compared with actual spending. The variance between total authorities and actual spending results from unexpected delays in the unfolding of production projects and development of the Web site.

Table 3 shows changes in NFB spending over the past few years. The numbers indicate total spending funded from the parliamentary appropriation and revenues generated from NFB operations. Variances are due to fluctuations in revenues and to additions to the Vote to cover our increased workload and adjustments in the collective agreements.

Table 4 shows respendable revenues. The proliferation of specialty television services has significantly pushed down licence fees paid for productions.

A small portion of our resources is used for transfer payments in the form of grants and contributions. The breakdown is presented in Table 5.

Table 6 presents the breakdown of the utilization of the NFB Revolving Fund, which is used for funding the working capital for commercial activities and the net value of capital assets.

B. Financial Summary Tables

Financial Table 1 - Summary of Voted Appropriations

Financial Requirements by Authority (millions of dollars)				
		2000 - 2001		
Vote/Program		Planned Spending (net)	Total Authorities (net)	Actual Spending (net)
85a	National Film Board Revolving Fund - Operating loss	59.2	65.2	63.0
(L)	National Film Board Revolving Fund	0.4	0.4	2.6
	Total Agency	**59.6**	**65.6**	**65.6**

Note: The summary financial information includes three figures showing:

- The amount planned at the beginning of the fiscal year (Planned Spending).
- The amount authorized reflecting additional spending which Parliament decided to grant the departments in light of changing priorities and unexpected activities (Total Authorities) – includes fund carried forward from the previous year and adjustments in the collective agreements. It also includes special allocations received to fund technical equipment renewal and FIS implementation.
- The amount actually spent (Actual Spending 2000-2001).

The operating deficit shown under the NFB's revolving fund is totally offset by an annual parliamentary appropriation (Vote 85a for fiscal 2000-2001), which is a fairly unique situation for spending authorities. Only the working capital related to the NFB's commercial operations and changes in the net book value of capital assets are funded by a statutory appropriation (see also Table 6).

Financial Table 2 – Comparison of Total Planned to Actual Spending

Comparison of Total Planned to Actual Spending (millions of dollars)			
	2000 - 2001		
NFB Operations	**Planned**	**Total Authorities**	**Actual**
FTEs	490	490	509
Operating*	67.8	73.8	70.8
Capital	–	–	–
Voted Grants and Contributions	0.3	0.3	0.2
Total Gross Expenditures	**68.1**	**74.1**	**71.0**
Less: Respendable Revenues	(8.9)	(8.9)	(8.0)
Total Net Expenditures	**59.2**	**65.2**	**63.0**
Other Revenues and Expenditures			
Non-respendable Revenues			
Cost of Services Provided by Other Departments**			
Net Cost of the Program	**59.2**	**65.2**	**63.0**

* *Includes contributions to employee benefit plans and severance pay.*

** *Cost of services provided by other departments: $30,260.*

Financial Table 3 – Historical Comparison of Total Planned to Actual Spending

Historical Comparison of Total Planned to Actual Spending (millions of dollars)					
			2000-2001		
	1998-1999 Actual	1999-2000 Actual	Planned	Total Authorities	Actual
National Film Board operations	64.0	68.5	68.1	74.1	71.0
Total	**64.0**	**68.5**	**68.1**	**74.1**	**71.0**

This table shows changes in NFB spending over the past few years. The figures indicate total spending funded from the parliamentary appropriation and from revenues generated by NFB operations. Variances are due to fluctuations in revenues and adjustments in the parliamentary appropriation to cover our increased workload and adjustments in the collective agreements.

For 2000-2001, the table shows the Planned Spending indicated in the Main Estimates at the beginning of the fiscal year. Total Authorities includes additional funding received to cover adjustments in the collective agreements, and funds carried forward from the previous year. It also includes special allocations received to fund technical equipment renewal and FIS implementation. Actual Spending indicates the funds actually used.

It should be kept in mind that the NFB has only one business line.

Financial Table 4 – Respendable Revenues

Respendable Revenues (millions of dollars)					
			2000-2001		
Respendable Revenues	**1998-1999 Actual**	**1999-2000 Actual**	**Planned Revenues**	**Total Authorities**	**Actual**
National Film Board operations	**7.3**	**8.5**	**8.9**	**8.9**	**8.0**
Total Respendable Revenues	**7.3**	**8.5**	**8.9**	**8.9**	**8.0**

Financial Table 5 – Transfer Payments

Transfer Payments (millions of dollars)					
			2000-2001		
	1998-1999 Actual	**1999-2000 Actual**	**Planned Spending**	**Total Authorities**	**Actual**
Grants	0.006	0.007	0.012	0.012	0.008
Contributions	0.323	0.323	0.307	0.307	0.227
Total Transfer Payments	**0.329**	**0.330**	**0.319**	**0.319**	**0.235**

Financial Table 6 – Revolving Fund Financial Summaries

Revolving Fund Financial Summaries					
National Film Board Revolving Fund (millions of dollars)					
			2000-2001		
	1998-1999 Actual	**1999-2000 Actual**	**Planned**	**Total Authorities**	**Actual**
Revenues (Parliamentary appropriation)	56.7	59.8	59.2	65.2	63.0
Net Expenditures	(56.7)	(59.8)	(59.2)	(65.2)	(63.0)
Profit or (loss)	0	0	0	0	0
Add items not requiring use of funds: depreciation/amortization	(3.9)	(2.9)	(2.0)	(2.0)	(2.8)
Changes in working capital	(0.0)	0.6	0.4	0.4	0.0
Investing activities: acquisition of depreciable assets	1.4	1.9	2.0	2.0	5.4
Cash surplus (requirement)	(2.5)	(0.4)	0.4	0.4	2.6
Authority: cumulative surplus (drawdown)	11.2	10.8	16.7	16.7	13.4

Note: The National Film Board's Revolving Fund is authorized by the *Revolving Fund Act* for commercial operations related to the production and exploitation of the collection of NFB audiovisual products.

Appendix III: Background on the National Film Board

A. Mandate

Pursuant to section 9 of the *National Film Act*, the NFB

> is established to initiate and promote the production and distribution of films in the national interest and, in particular,
>
> - to produce and distribute and to promote the production and distribution of films designed to interpret Canada to Canadians and to other nations;
> - to engage in research in film activity and to make available the results thereof to persons engaged in the production of films;
> - to advise the Governor in Council in connection with film activities; and
> - to discharge such other duties relating to film activity as the Governor in Council may direct the Board to undertake.[1]

Mission Statement

In a constantly evolving communications environment, in which Canada must assert its own identity and character, the NFB helps Canadian voices to be heard and Canadian perspectives to be expressed at home and abroad. In this context, the NFB has adopted the following mission statement as the operational interpretation of its mandate:

> The NFB produces and distributes audiovisual works which provoke discussion and debate on important subjects for Canadian and foreign audiences; achieve recognition for excellence, relevance and innovation; and explore the creative potential of audiovisual media.

[1] R.S.C. 1985, c. N-8. The Act also empowers the NFB "to represent the Government of Canada in its relations with persons engaged in commercial motion picture film activity in connection with motion picture films for the Government or any department thereof." However, this responsibility was transferred to the Minister of Supply and Services by Order in Council P.C. 1984-6/2565.

B. Organization

Description of National Film Board Program

The NFB is a cultural agency reporting to the Minister of Canadian Heritage. It is administered by a Board of Trustees appointed by the Governor General in Council and chaired by the Government Film Commissioner.

The NFB is an integrated producer-distributor, which develops, writes, shoots, finishes, promotes, markets, sells and distributes film and multimedia products. Its main production and distribution centre is located in Montreal but it also has offices in Ottawa, Halifax, Moncton, Toronto, Winnipeg, Edmonton and Vancouver and maintains offices in Paris, London and New York for the international marketing of its products. To deliver its Program, it uses in-house staff and freelancers and also works with public- and private-sector production and distribution partners when necessary.

Although it is autonomous and traditionally has an arm's length relationship with the government, this public film institution contributes in various ways to Canadian cultural policy objectives by producing socially and culturally relevant films, providing Canadian audiovisual materials for the educational sector, directly supporting various Canadian government initiatives at home and abroad, conserving and promoting access to Canada's rich audiovisual heritage, supporting new filmmaking talent, promoting the development of regional and diversity cinema, forging strategic alliances with the private and public sectors, promoting Canadian culture abroad and encouraging research and experimentation in communication technologies.

Description of Service Areas

The NFB represents one Program, one business line, and one mandate: "to interpret Canada to Canadians and to other nations." It does this through the resources and activities of three service lines: production of audiovisual works, distribution of these works to Canadian and foreign audiences, and administration of the NFB's business.

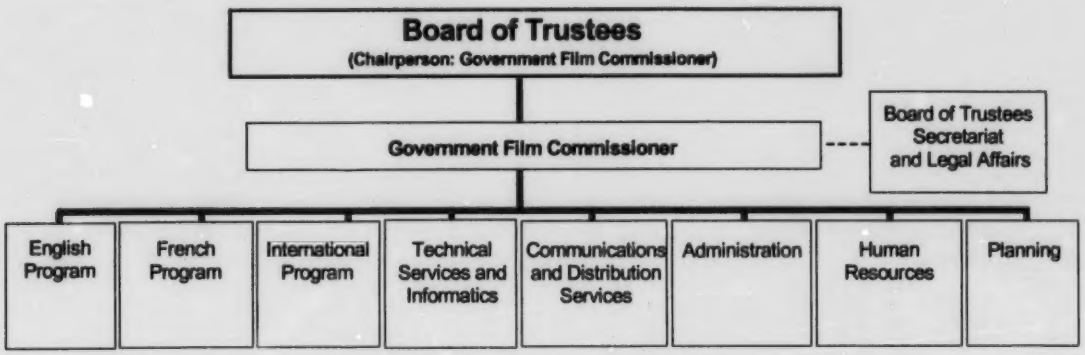
As a *public producer*, the NFB ensures that Canadian realities and imagination are interpreted through films that are of high-quality from a cinematographic point of view, that permit innovation and artistic and technological advancement, and that address both major social issues and different aspects of daily life.

As a *public distributor*, the NFB ensures that the films it produces reach general-interest and niche audiences through distribution channels and networks best suited to its mission and that its heritage audiovisual collection is preserved and made accessible by means of advanced technologies.

As a *public agency*, the NFB ensures good governance of its activities and resources by providing conditions that encourage creativity, productivity and accountability in its staff.

C. Organization Chart

The following organization chart shows the organizational and hierarchical structure by which the NFB ensures the day-to-day management of its service lines to provide optimal performance in terms of efficiency and effectiveness.



Areas of Responsibility

The Program is directed by the Government Film Commissioner and is divided into nine major areas of responsibility:

English Program, which manages English-language production and marketing activities in Canada;

French Program, which manages French-language production and marketing activities in Canada;

International Program, which is responsible for international sales and marketing activities and manages the NFB's participation in Canadian and foreign festivals;

Technical Services and Informatics, which consists of technical services and informatics development and support;

Communications and Distribution Services, which includes Communications, Government Relations, Collection Management, Information Management, Stock Shot Library and various distribution support services;

Administration, which comprises Financial Administration, Accommodations, Material Management and Customer Services;

Human Resources, which includes Human Resources Management, Training and the Employment Equity Program;

Planning, which consists of Planning, Evaluation and Internal Audit;

Board of Trustees Secretariat and Legal Affairs, which also includes Access to Information.

Appendix IV: Other Information

A. Contact List

– Maryse Charbonneau, Director, Administration
– Claude Parent, Director, Planning and Review

Anyone wishing to obtain further information from those responsible for the different service lines can find the necessary addresses and phone numbers on the NFB Web site at www.nfb.ca.

B. Legislation Administered and Associated Regulations

- *National Film Act*, R.S.C. 1985, c. N-8 (as amended November 1, 1995)

BUDGET DES DÉPENSES

Office national du film

Rapport sur le rendement

Pour la période se terminant
le 31 mars 2001

Canada

Présentation améliorée des rapports au Parlement
Document pilote

Chaque année, le gouvernement établit son Budget des dépenses, qui présente l'information à l'appui des autorisations de dépenser demandées au Parlement pour l'affectation des fonds publics. Ces demandes d'autorisations sont présentées officiellement au moyen d'un projet de loi de crédits déposé au Parlement.

Le Budget des dépenses du gouvernement du Canada est divisé en plusieurs parties. Commençant par un aperçu des dépenses totales du gouvernement dans la Partie I, les documents deviennent de plus en plus détaillés. Dans la Partie II, les dépenses sont décrites selon les ministères, les organismes et les programmes. Cette partie renferme aussi le libellé proposé des conditions qui s'appliquent aux pouvoirs de dépenser qu'on demande au Parlement d'accorder.

Le *Rapport sur les plans et les priorités* fournit des détails supplémentaires sur chacun des ministères ainsi que sur leurs programmes qui sont principalement axés sur une planification plus stratégique et les renseignements sur les résultats escomptés.

Le Rapport sur le rendement met l'accent sur la responsabilisation basée sur les résultats en indiquant les réalisations en fonction des prévisions de rendement et les engagements à l'endroit des résultats qui sont exposés dans le *Rapport sur les plans et les priorités*.

Le Budget des dépenses, de même que le budget du ministre des Finances, sont le reflet de la planification budgétaire annuelle de l'État et de ses priorités en matière d'affectation des ressources. Ces documents, auxquels viennent s'ajouter par la suite les Comptes publics et les rapports ministériels sur le rendement, aident le Parlement à s'assurer que le gouvernement est dûment comptable de l'affectation et de la gestion des fonds publics.

©Ministre des Travaux publics et Services gouvernementaux Canada — 2001

En vente au Canada chez votre libraire local ou par la poste auprès des

Éditions du gouvernement du Canada – TPSGC

Ottawa, Canada K1A 0S9

No de catalogue BT31-4/51-2001
ISBN 0-660-61703-X

Avant-propos

Au printemps 2000, la présidente du Conseil du Trésor a déposé au Parlement le document intitulé *Des résultats pour les Canadiens et les Canadiennes* : *Un cadre de gestion pour le gouvernement du Canada*. Ce document expose clairement les mesures qu'entend prendre le gouvernement pour améliorer et moderniser les pratiques de gestion des ministères et organismes fédéraux.

En ce début de millénaire, l'approche utilisée par le gouvernement pour offrir ses programmes et services aux Canadiens et Canadiennes se fonde sur quatre engagements clés en matière de gestion. Tout d'abord, les ministères et les organismes doivent reconnaître que leur raison d'être est de servir la population canadienne et que tous leurs programmes, services et activités doivent donc être « axés sur les citoyens ». Deuxièmement, le gouvernement du Canada s'est engagé à gérer ses activités conformément aux valeurs les plus élevées de la fonction publique. Troisièmement, dépenser de façon judicieuse, c'est dépenser avec sagesse dans les secteurs qui importent le plus aux Canadiens et Canadiennes. En dernier lieu, le gouvernement du Canada entend mettre l'accent sur les résultats, c'est-à-dire sur les retombées et les effets des programmes.

Les rapports ministériels sur le rendement jouent un rôle de premier plan dans le cycle de planification, de suivi, d'évaluation ainsi que de communication des résultats, par l'entremise des ministres, au Parlement et aux citoyens. Plus tôt cette année, les ministères et les organismes ont été invités à rédiger leurs rapports en appliquant certains principes. Selon ces derniers, un rapport ne peut être efficace que s'il présente un tableau du rendement qui soit non seulement cohérent et équilibré mais bref et pertinent. Un tel rapport doit insister sur les résultats, soit les avantages dévolus aux Canadiens et Canadiennes, plutôt que sur les activités. Il doit mettre le rendement du ministère en contexte et le rattacher aux engagements antérieurs, tout en expliquant les écarts. Et comme il est nécessaire de dépenser judicieusement, il doit exposer clairement les liens qui existent entre les ressources et les résultats. Enfin, un tel rapport ne peut être crédible que si le rendement décrit est corroboré par la méthodologie utilisée et par des données pertinentes.

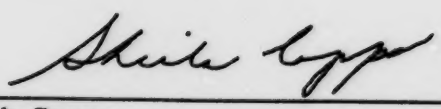
Par l'intermédiaire des rapports sur le rendement, les ministères et organismes visent à répondre au besoin croissant d'information des parlementaires et des Canadiens et Canadiennes. Par leurs observations et leurs suggestions, les parlementaires et les autres lecteurs peuvent contribuer grandement à améliorer la qualité de ces rapports. Nous invitons donc tous les lecteurs à évaluer le rendement d'une institution gouvernementale en se fondant sur les principes précités et à lui fournir des commentaires en vue du prochain cycle de planification.

Le présent rapport peut être consulté par voie électronique sur le site Web du Secrétariat du Conseil du Trésor du Canada à l'adresse suivante :
http://www.tbs-sct.gc.ca/rma/dpr/dprf.asp
Les observations ou les questions peuvent être adressées directement au webmestre de ce site Web ou à l'organisme suivant :
Direction de la Gestion des résultats et des rapports
Secrétariat du Conseil du Trésor du Canada
L'Esplanade Laurier
Ottawa (Ontario) K1A 0R5
Téléphone : (613) 957-7167 – Télécopieur : (613) 957-7044

Office national du film

Rapport de rendement

Pour la période
se terminant le
31 mars 2001



Sheila Copps
Ministre du Patrimoine canadien

Table des matières

PARTIE I : MESSAGES

A. Message de la Ministre du Patrimoine canadien
B. Message du Commissaire du gouvernement à la cinématographie 1

PARTIE II : OFFICE NATIONAL DU FILM

1. Contexte socio-économique 2
2. Principaux engagemetns en matière de résultats 3
3. Réalisations en matière de rendement 4
4. Contribution de l'ONF aux priorités gouvernementales 16

ANNEXES

I GROUPEMENT DE RAPPORTS 18

II RENDEMENT FINANCIER 19
A. Aperçu du rendement financier 19
B. Tableaux financiers récapitulatifs 20

III APERÇU DE L'OFFICE NATIONAL DU FILM 25
A. Mandat et mission 25
B. Cadre de fonctionnement 26
C. Organigramme 27

IV AUTRES RENSEIGNEMENTS 29
A. Personnes ressources pour obtenir d'autres renseignements 29
B. Lois appliquées et règlements 29

Partie I

Ministre
du Patrimoine canadien

Minister
of Canadian Heritage

Ottawa, Canada K1A 0M5

L'Office national du film du Canada nous incite, en tant que Canadiens et Canadiennes, à célébrer notre diversité culturelle et nos valeurs communes, et offre un modèle aux autres pays de la planète, modèle de tolérance et de respect de la diversité linguistique et culturelle, modèle de développement à l'ère de la globalisation et des technologies de l'information, modèle de société qui mise sur ses forces actives et ses propres valeurs tout en demeurant ouverte sur le monde.

À travers de nombreuses activités et programmes l'Office national du film du Canada travaille en collaboration avec les divers organismes du Portefeuille du Patrimoine canadien et un grand nombre d'intervenants de partout au pays. L'Office national du film du Canada vise à permettre aux Canadiens et aux Canadiennes de mieux connaître leur pays et de mieux comprendre son histoire et sa diversité culturelle, mais surtout de le considérer comme un patrimoine à partager et à préserver pour les générations futures.

En appuyant l'expression culturelle canadienne sous toutes ses formes, le Portefeuille du Patrimoine canadien contribue, comme en fait foi le présent rapport, à ce grand projet de société : donner un sens à notre identité et à nos valeurs communes.

C'est notre mission. Et cette mission nous tient à coeur.

Voilà pourquoi le présent Rapport sur le rendement du CRTC fait le point sur les résultats de l'appui, des partenariats et des efforts que nous apportons à l'expression de la culture canadienne sous toutes ses formes et des valeurs canadiennes, aussi bien au Canada qu'à l'étranger. Ces efforts s'inscrivent dans le cadre des changements de société annoncés dans les grandes orientations du gouvernement canadien et viennent renforcer le tissus social et culturel de notre pays.

Sheila Copps

Canada

Message du Commissaire du gouvernement à la cinématographie

L'ONF occupe une place privilégiée dans le paysage audiovisuel du Canada. Père du cinéma canadien, du film d'auteur, l'ONF produit et distribue des œuvres qui ont façonné la conscience collective, les points de vue et les idées de nombreuses générations de Canadiennes et Canadiens, et d'autres peuples aux quatre coins du monde. Conservant toute leur pertinence pour la population canadienne, ces œuvres sont encore en demande 30 ou 40 ans après leur lancement.

Documentaires, films d'animation, productions sur de nouveaux médias et autres œuvres élargissent progressivement le champ de la créativité et traduisent les réalités et les points de vue canadiens. Ces œuvres sont diffusées par les chaînes de télévision grand public et les chaînes spécialisées, dans les cinémas, dans les écoles et autres établissements d'enseignement, dans les bibliothèques publiques et, de plus en plus, dans Internet. L'avantage durable et à long terme de ces œuvres est qu'elles s'adressent aux Canadiens et Canadiennes de tous âges et origines, qu'elles aident à créer des liens entre les Canadiens et Canadiennes, à en créer entre le Canada et sa population et à faire rayonner le Canada à l'étranger.

Ces dernières années, l'ONF a opéré d'importants changements découlant des réalités financières du gouvernement fédéral. Ces changements ont été exécutés avec prudence et bon sens en respectant un principe directeur : maintenir les activités clés tout en poursuivant le développement du cinéma pour et par les Autochtones, les femmes, les groupes de la diversité culturelle et les cinéastes de la relève d'un océan à l'autre. L'ONF a également saisi les occasions de faire connaître ses œuvres et de les rendre accessibles dans un système de radiodiffusion en plein essor et, plus récemment, dans Internet. CinéRoute, qui assurera bientôt la transmission de films sur demande par Internet, est un exemple des capacités d'adaptation, d'innovation et de développement de l'ONF malgré les contraintes budgétaires.

L'ONF est aussi pertinent que jamais et s'engage à tabler sur son rôle de fondateur du cinéma canadien. L'intérêt pour les œuvres de l'ONF montre le besoin de rester plus proche du public par un plus grand nombre de projections locales et de télédiffusions, un meilleur accès par Internet, aux salles et écoles – bref, par tous les moyens permettant de maximiser l'atteinte des divers publics.

Pour mesurer le succès avec lequel nous parvenons à réaliser notre mandat, nous utilisons des outils que nous avons créés et mis en œuvre au fil des ans; des outils de plus en plus précis et éloquents. L'ONF continue de les parfaire, surtout pour ce qui a trait à l'auditoire atteint, à son intérêt et à sa satisfaction, ainsi qu'au retentissement des œuvres. L'ONF est décidé à chercher de nouveaux outils servant à évaluer la qualité de ses œuvres et leur pertinence pour la population canadienne.

Les priorités pour l'avenir consistent à demeurer pertinent pour les générations futures. Pour ce faire, l'ONF renouvellera constamment les possibilités de création dans divers marchés, particulièrement dans ceux de l'éducation et des nouveaux médias; il mettra au point de nouvelles stratégies pour atteindre les auditoires; il établira de nouvelles approches pour traduire la diversité culturelle et linguistique, et permettre l'expression de nouvelles voix, de nouvelles visions, de nouvelles idées.

Dans le présent exposé de rendement, nous nous efforçons de respecter les principes inhérents à l'établissement de rapports efficaces sans toutefois perdre de vue que ce que l'ONF apporte de profondément singulier dans la vie de la population canadienne est affaire de subjectivité. Dans un même souffle, les outils dont nous disposons nous permettent d'affirmer que l'image de marque de l'ONF s'impose ici et à l'étranger, et que l'intérêt suscité par ses oeuvres ne se dément toujours pas.

Jacques Bensimon
Commissaire du gouvernement à la cinématographie
et président de l'Office national du film du Canada

Partie II

Partie II : Office national du film

1. Contexte socio-économique

L'ONF produit, distribue et rend accessibles aux publics canadiens et étrangers des œuvres audiovisuelles qui reflètent les réalités et les perspectives canadiennes tout en innovant dans divers aspects de la cinématographie. Ces œuvres sont diffusées par les chaînes de télévision canadiennes et les chaînes spécialisées, dans les cinémas (animation), dans les écoles, dans les bibliothèques publiques et, de plus en plus, dans Internet.

L'avantage durable du mandat de l'ONF est d'aider à créer des liens entre les Canadiens et Canadiennes de tous âges et origines, à en créer entre le Canada et sa population et à faire rayonner le Canada à l'étranger. Ce mandat se concrétise dans les œuvres produites par l'ONF — des œuvres à nulle autre pareille, qui visent à donner aux Canadiens et aux Canadiennes un sentiment d'appartenance, un sens de la place qu'ils occupent au pays et de l'importance de leur pays dans le monde. Ces œuvres sont créées pour faire mieux connaître et comprendre les réalités sociales et culturelles du Canada. Dans un univers où les marchés et le commerce n'ont pas de frontières, le rôle que joue l'ONF dans la création et la diffusion de la culture canadienne est essentiel.

L'une des priorités du gouvernement fédéral est de mettre en valeur et enrichir l'expérience canadienne. Les œuvres audiovisuelles de l'ONF visent à approfondir la compréhension de divers enjeux et à créer une société aux valeurs communes. Ces œuvres procurent à la population canadienne un contenu canadien de grande qualité. Les priorités du gouvernement comprennent aussi le développement de nouveaux talents et le service à des auditoires cibles tels les enfants, les jeunes et les Autochtones. Par ses initiatives à l'intention des cinéastes débutants ainsi qu'à l'accent mis sur les œuvres pour jeunes publics par le Programme anglais et le Programme français, l'ONF joue un rôle central dans l'atteinte de ces priorités.

Fournisseur d'émissions canadiennes de grande qualité aux réseaux de télévision canadiens, l'ONF se trouve aux prises avec les changements qui se produisent actuellement dans l'industrie de la télévision : croissance du système de radiodiffusion en raison des centaines de nouvelles licences accordées à des chaînes spécialisées, maturité des chaînes spécialisées existantes et affaiblissement général des redevances. Tout en donnant peut-être à l'ONF de meilleurs débouchés pour ses films par une programmation compatible avec la collection de l'ONF, les nouvelles chaînes entraînent du même coup une fragmentation accrue du marché et une diminution des sommes versées pour ces émissions, donc l'affaiblissement global des recettes de l'ONF.

Le CRTC a attribué une licence de chaîne spécialisée (Canadian Documentary Channel) à l'ONF, Corus et quatre autres producteurs indépendants. De la sorte, l'ONF pourra positionner sa programmation documentaire dans le but d'accroître sa visibilité, de se faire connaître davantage et d'augmenter son auditoire.

L'ONF continue d'étendre son utilisation du Web, tant comme support de création (animation Web) que comme instrument d'interaction directe avec les internautes au Canada, mais aussi dans le monde entier. L'ONF réussit à imprimer sa « marque » sur le Web parce qu'il produit des documentaires d'opinion et des films d'animation d'auteur. La diffusion de vidéos par Internet continuera vraisemblablement d'être un élément constitutif de tous les modes de diffusion, ce qui continuera de nécessiter des modifications tant à certaines ententes signées avec des détenteurs de droits qu'aux politiques internes sur les droits Internet découlant de ventes à la télévision.

Les partenariats demeurent importants parce qu'ils présentent des occasions de coproductions, augmentent la visibilité de l'ONF et rendent les œuvres plus accessibles à la population canadienne.

L'ONF continue de travailler en partenariat avec CANARIE, promoteur du réseau optique pancanadien à large bande CA*net 3, et le Réseau interordinateurs scientifique québécois (RISQ) pour accroître et faciliter l'accès à ses œuvres audiovisuelles. Grâce à ce service en ligne accessible sur demande, des universités et centres de recherche canadiens peuvent voir en ligne et en temps réel plus de 800 films de la collection de l'ONF. Une évaluation de cette initiative démontre l'utilité de ce service comme outil de référence et d'information (*Évaluation du processus d'implantation de CinéRoute dans les institutions postsecondaires canadiennes,* ABC Inc.).

Au nombre des nouveaux partenariats, mentionnons celui conclu avec Famous Players, qui a permis à des enfants hospitalisés dans divers établissements du pays (à Montréal, Moncton, Halifax) de voir des vidéocassettes d'animation de l'ONF.

Globalement, les défis qui attendent l'ONF sont liés aux changements qui surviennent dans le système canadien de radiodiffusion – Internet et les autres réseaux –, des défis qui exigent un marketing créatif tablant sur le prestige dont jouit déjà l'image de marque de l'ONF.

2. Principaux engagements en matière de résultats

L'ONF a trois objectifs stratégiques.

1. Produire des documentaires et films d'animation de grande qualité qui traduisent la diversité des perspectives et réalités canadiennes, et favorisent l'innovation et l'émergence de nouveaux talents.

   Stratégies

   - Accorder la primauté à la production cinématographique dans l'allocation des ressources.
   - S'ouvrir davantage aux créateurs et créatrices de ce pays.
   - Accroître la productivité du processus de production et de postproduction dans le respect des impératifs de créativité.
   - Maintenir une structure décentralisée.
   - Refléter la diversité à l'écran et en coulisses.

- Explorer les nouveaux médias de production.
- Expérimenter de nouveaux outils de production et de distribution numériques et interactifs.
- Développer de nouveaux talents et de nouvelles compétences en cinéma.
- Continuer à déployer les efforts voulus pour atteindre les objectifs fixés dans le plan d'équité en matière d'emploi.

2. Distribuer et promouvoir les productions de l'ONF, et les rendre plus accessibles aux publics canadiens et étrangers.

   Stratégies
   - Tirer profit de la prolifération des canaux de télévision au Canada et à l'étranger.
   - Établir des partenariats avec des organismes publics et privés.
   - Faciliter l'accessibilité à l'ensemble de la collection de films de l'ONF par divers moyens.
   - Développer et diversifier les marchés canadiens et internationaux.
   - Améliorer les fonctionnalités de commerce électronique permettant les achats en ligne par les consommateurs et par les acheteurs institutionnels, d'abord au Canada puis aux États-Unis.
   - Poursuivre le développement du projet pilote CinéRoute pour assurer la diffusion par Internet auprès des clients institutionnels et, ultérieurement, dans tous les foyers canadiens.
   - Mettre en œuvre le Système électronique de gestion des droits d'auteur (SEGDA) afin d'améliorer la distribution et la prestation de contenu par le Web.
   - Améliorer les structures de mise en marché et de distribution.

3. Gérer les ressources de manière efficace et responsable.

   Stratégies

   L'ONF vise à faire un lien entre les ressources utilisées et les résultats obtenus pour s'assurer que les ressources sont bel et bien utilisées avec efficacité et efficience. Pour ce faire, il importe de maintenir son infrastructure opérationnelle et administrative à son strict minimum, en utilisant les moyens suivants :

   - Miser sur l'informatisation du travail et les nouveaux systèmes d'information.
   - Poursuivre la mise à niveau des systèmes de production et de distribution.
   - Moderniser la fonction de contrôleur conformément aux meilleures pratiques de gestion.

3. Réalisations en matière de rendement

Les trois grands objectifs de rendement de l'ONF méritent un examen plus approfondi si l'on veut mieux comprendre le contexte sous les aspects des stratégies mises en œuvre, des ressources

utilisées et du perfectionnement des outils de mesure. Un tel examen permet également d'évaluer l'efficacité des stratégies utilisées.

OBJECTIF 1

PRODUIRE DES DOCUMENTAIRES ET FILMS D'ANIMATION DE GRANDE QUALITÉ QUI TRADUISENT LA DIVERSITÉ DES PERSPECTIVES ET RÉALITÉS CANADIENNES, ET FAVORISENT L'INNOVATION ET L'ÉMERGENCE DE NOUVEAUX TALENTS.

Il s'agit là d'un objectif à long terme. L'un des défis de l'ONF consiste à s'assurer que ses œuvres continuent de faire connaître et comprendre des réalités qui évoluent ainsi qu'à permettre l'expression de voix nouvelles et de nouveaux phénomènes de société. Par conséquent, l'affectation de ressources à la production est une priorité qui monopolise environ 65 p. 100 du budget de l'ONF. Les outils utilisés pour mesurer jusqu'à quel point cet objectif est atteint sont notamment :

- degré d'intérêt pour les films et degré de satisfaction des auditoires;
- reconnaissance de la part de l'industrie cinématographique canadienne et internationale sous forme de prix;
- reflet de la diversité par la représentativité des cinéastes.

L'ONF a tenté d'utiliser ces indicateurs pour évaluer sa capacité d'atteindre son premier objectif. Néanmoins, puisque la réaction à une œuvre d'art est affaire de subjectivité, il est difficile de mesurer jusqu'à quel point l'ONF réussit à produire des œuvres audiovisuelles qui approfondissent la compréhension mutuelle et la création d'une société aux valeurs communes. Quoi qu'il en soit, les indicateurs susmentionnés suggèrent que, quand le public a accès à des films de l'ONF, il les regarde, et qu'ils sont jugés par les pairs comme des œuvres innovatrices et de grande qualité. Les films réalisés traduisent également le point de vue de divers groupes culturels et de jeunes cinéastes.

Il convient de signaler que, selon une analyse de la presse, l'ONF est perçu comme un producteur d'œuvres de grande qualité, particulièrement dans les domaines du documentaire et de l'animation. Notons également que selon cette étude, les films antérieurs de l'ONF continuent de compter au nombre des œuvres de grande qualité. (*Outil de mesure des réactions de la presse à l'égard des films de l'ONF*, Danielle Charron, 31 mars 2001)

Il importe de noter que la diversité des sujets abordés et l'expérimentation dont témoignent les œuvres sont également des indicateurs de la mesure dans laquelle l'ONF favorise l'innovation. L'une des principales caractéristiques des sujets est de susciter des discussions sur d'importantes questions d'intérêt social.

En 2000-2001, l'ONF a terminé 87 films, vidéos et produits multimédias, dont des coproductions, qui se répartissent ainsi :

Nombre de produits	
Documentaires	53
Films d'animation	24
Vidéos ou cédéroms éducatifs destinés aux jeunes	5
Long métrage de fiction	1
Compilations (films déjà tournés)	4

Certaines de ces œuvres constituaient des projets expérimentaux, dont la première vidéo à haute résolution *Tableaux d'un voyage imaginaire*, et l'ensemble de deux cédéroms à site Web intégré *Between the Lines*, grâce auquel les élèves acquièrent des connaissances médiatiques.

Dans le secteur de l'animation, l'ONF travaille à étendre le processus de création en ligne de sorte que les créateurs puissent collaborer à l'échelle nationale et internationale malgré les distances qui les séparent.

Les sujets abordés dans les œuvres couvrent les domaines suivants :

Peuples et cultures du Canada
Arts et culture
Diversité culturelle
Géographie, nature et environnement ainsi qu'arts et médias
Sujets à caractère social, moral et juridique
Histoire, politique et gouvernement
Psychologie et relations interpersonnelles
Sports et activités récréatives
Enfance, adolescence et famille
Sciences et technologies

En appliquant ses stratégies qui consistent à explorer les nouveaux médias de production ainsi qu'à expérimenter les nouveaux outils de production et de distribution numériques et interactifs, l'ONF entend enrichir la production sur supports traditionnels avec la production Web. Voilà qui rehausse l'expérience offerte par la production audiovisuelle sur supports traditionnels. Il en va de même de l'interactivité ajoutée à la production audiovisuelle, qui permet en outre d'atteindre un public plus jeune.

Degré d'intérêt pour les films et degré de satisfaction des auditoires

La pertinence et la qualité des films se mesurent entres autres à la taille des auditoires. L'indicateur retenu pour juger du rendement à cet égard est l'auditoire cumulatif à la télévision canadienne.

Auditoire cumulatif à la télévision canadienne (en milliers de personnes)

	1998–1999	1999–2000	2000-2001
Auditoire français	74 000	55 000	27 389
Auditoire anglais	119 000	82 000	33 200
Total	**193 000**	**137 000**	**60 589**

La diminution de l'auditoire cumulatif en 2000-2001 s'explique par le fait que la collection de l'ONF a été exploitée au maximum par la vague de chaînes spécialisées ayant vu le jour il y a quelques années. Le lancement du Canadian Documentary Channel (dont l'ONF est partenaire) prévu en 2001 contribuera à augmenter le nombre de téléspectateurs qui regarderont des films de l'ONF.

Il est bon de signaler que, même si l'auditoire cumulatif est un indicateur utile, il ne tient aucun compte du succès retentissant de certains films lors de leur diffusion en primeur à la télévision, attirant un auditoire d'un demi-million de téléspectateurs ou plus. À ce chapitre, mentionnons la diffusion par le réseau CTV de *When a Child Goes Missing*, qui a attiré 844 000 personnes, et de trois autres films, *Worst Case Scenario, Ah… the Money, the Money, the Money – The Battle for Salt Spring,* et *Nuclear Dynamite,* dont les audiences ont été respectivement de 626 000, 550 000 et 498 000 personnes. Le même raisonnement vaut pour les productions en français d'*Enfer et contre tous!* et de *L'Armée de l'ombre,* qui ont intéressé respectivement 565 000 et 420 000 personnes lors de leur première télévisée.

On doit également souligner que la méthode appliquée aux mesures d'auditoire est en évolution perpétuelle puisque ces outils ont d'abord été conçus pour satisfaire aux besoins des diffuseurs désireux de vendre de la publicité. Les outils actuels ne sont pas assez perfectionnés pour évaluer, par exemple, la valeur de la diffusion d'un documentaire de l'ONF sur une chaîne documentaire par rapport à une chaîne grand public. En d'autres termes, ces outils ne mesurent pas la qualité de ce qui est vécu par l'auditoire et son incidence sur l'approfondissement de la compréhension et de la connaissance des Canadiens et des Canadiennes, mais plutôt la quantité, soit le nombre total de téléspectateurs ayant regardé le documentaire.

Les études d'audience se poursuivent et l'ONF contrôlera les progrès réalisés pour améliorer les outils utilisés aujourd'hui ou de nouveaux outils éventuellement mis au point qui pourraient donner une idée plus précise sur les auditoires touchés et leur satisfaction.
L'une des initiatives présentement à l'étude consiste en la création d'un groupe de travail composé de représentants de Téléfilm Canada, du Fonds canadien de télévision, du CRTC, de Statistique Canada, du ministère du Patrimoine canadien et des firmes spécialisées dans les cotes d'écoute BBM et Neilsen. Ce groupe de travail aurait pour mandat de perfectionner les outils utilisés pour mesurer l'auditoire atteint. L'ONF entend suivre cette initiative de près et y participer au besoin.

En décembre 2000, l'ONF a organisé un groupe de discussion pour faire l'essai du site Web en cours de développement, *Destination Jeunesse.* Ainsi, des enfants sont venus à l'ONF et ont visité

le site, ce qui a permis de vérifier leur intérêt et leur satisfaction. L'ONF fait appel à de tels groupes au besoin et en tire de précieux renseignements.

Reconnaissance de la part de l'industrie cinématographique canadienne et internationale sous forme de prix

La reconnaissance de l'excellence des films de l'ONF par l'industrie canadienne et étrangère représente une mesure objective du caractère innovateur ainsi que de la qualité et de la pertinence de ses productions. Le tableau suivant fait état des prix remportés par les productions de l'ONF dans les différents festivals au cours de l'année par rapport aux années antérieures.

Prix remportés par les productions

	1998–1999	1999–2000	2000–2001
Canada	36	38	46
International	65	93	83
Total	**101**	**131**	**129**

Année après année, l'ONF continue de se mériter des prix, des mentions honorables et des hommages tant au Canada que sur la scène internationale, ce qui témoigne de la qualité, de la pertinence et du caractère innovateur de ses productions.

Au cours de l'exercice 2000-2001, l'ONF a remporté pour la deuxième fois un prix au Festival international du film de Cannes, la Caméra d'or, pour le premier long métrage en inuktitut, *Atanarjuat*. Par ailleurs, un film réalisé dans le cadre de l'Aboriginal Filmmaking Program, *Deep inside Clint Star,* a remporté le prix Donald Brittain à la soirée des Gemini, qui rend hommage à la programmation de la télévision anglaise. L'ONF a en outre récolté des prix attribués pour divers films ayant participé à une variété de festivals. En voici quelques exemples.

- *Les Saisons de Ludovic (Seasons in the Life of Ludovic),* une délicieuse collection de courts métrages pour enfants, a remporté dix prix.
- *Des marelles et des petites filles… (Of Hopscotch and Little Girls)* a récolté huit prix dont trois Génaux.
- *Le garçon qui a vu l'iceberg/The Boy Who Saw the Iceberg* a reçu le FIPA d'argent au Festival international des programmes audiovisuels à Biarritz, en France.
- *Village of Idiots (Le Village des idiots)* a gagné 16 prix depuis sa sortie, y compris le Génie du meilleur court métrage d'animation.
- *Âme Noire/Black Soul* s'est mérité l'Ours d'or au Festival international du film de Berlin.
- *Nuclear Dynamite* a récolté des prix en Chine, aux États-Unis et en Italie.
- *Through a Blue Lens* a remporté trois prix au prestigieux Concours du Japon.

Plusieurs autres titres se sont mérités des prix dans des catégories spécialisées telles que sciences et technologies, médias éducatifs, films pour enfants, films sur l'art, questions sociales, religion, peuples autochtones, santé mentale, connaissances médiatiques, relations interraciales et environnement.

L'apport de l'ONF au cinéma a été reconnu par le Prix du Gouverneur général décerné à Alanis Obomsawin – l'une des meilleures documentaristes de l'ONF – pour souligner sa longue carrière et son importante contribution à la cinématographie canadienne. L'ONF a aussi été honoré au Festival international des programmes audiovisuels pour sa production exemplaire et pour être resté, au fil des années, toujours fidèle à un idéal de qualité et d'innovation.

Reflet de la diversité par la représentativité des cinéastes et des nouveaux créateurs

L'ONF tient à donner aux jeunes cinéastes l'occasion de faire leurs premières armes dans le milieu cinématographique professionnel et, à cette fin, recourt à diverses initiatives. Certaines d'entre elles visent particulièrement les cinéastes d'origines culturelles variées. Par exemple :

- Le programme Libres courts a permis à sept jeunes cinéastes de réaliser leur premier court métrage documentaire.
- Dans le cadre de l'Aboriginal Filmmaking Program, l'ONF a sorti 22 films à ce jour.
- Le concours Cinéaste Autochtone a permis à un cinquième cinéaste de cette communauté culturelle de réaliser un documentaire.
- Le programme Reel Diversity, destiné aux cinéastes appartenant à une minorité visible, a permis à six cinéastes d'entreprendre la production de films d'une demi-heure avec un budget ne dépassant pas 100 000 $. En raison du succès que connaît ce programme en Ontario, il sera étendu à d'autres centres régionaux de production.
- Les programmes d'aide aux cinéastes indépendants par lesquels l'ONF assume certains coûts d'équipements et de services et offre des conseils professionnels à des cinéastes de la relève, ont de nouveau permis à l'ONF d'apporter son soutien à 239 projets d'un océan à l'autre.

Nombre de projets soutenus

	1998–1999	1999–2000	2000-2001
Aide au cinéma indépendant (ACIC)	76	68	66
Filmmaker Assistance Program	164	169	173
Total	**240**	**237**	**239**

OBJECTIF 2
DISTRIBUER ET PROMOUVOIR LES PRODUCTIONS DE L'ONF, ET LES RENDRE PLUS ACCESSIBLES AUX PUBLICS CANADIENS ET ÉTRANGERS.

Cet objectif vise à faire en sorte que l'ONF utilise tous les circuits de distribution afin de rejoindre le public canadien et étranger de divers marchés au moyen de stratégies de mise en marché efficaces, et qu'il facilite l'accès à sa collection de films, pierre angulaire du patrimoine audiovisuel canadien. Dans l'ensemble, il s'agit de faire en sorte que les télédiffuseurs, les établissements d'éducation, les bibliothèques et d'autres marchés utilisent davantage les productions audiovisuelles de l'ONF.

Les indicateurs suivants permettent de rendre compte du rendement de l'ONF à cet égard :

- progrès réalisés en matière de développement et de diversification des marchés, mesurés à partir des recettes et des locations de productions de l'ONF;
- accès au fonds audiovisuel de l'ONF, mesuré à partir des demandes d'information et de l'utilisation de la collection, y compris au moyen de CinéRoute, le projet pilote de cinéma sur demande par liaison Internet offert aux universités canadiennes.

Ces indicateurs sont commodes pour évaluer jusqu'à quel point les productions de l'ONF sont utilisées par divers marchés canadiens et étrangers mais, à long terme, il faudra trouver des outils qui permettent de mesurer l'incidence des œuvres de l'ONF, tout particulièrement en ce qui a trait au degré auquel la « marque » ONF continue de faire « découvrir » le Canada au public étranger.

Ajoutons que les stratégies globales de mise en marché utilisées pour accroître la visibilité des œuvres audiovisuelles de l'ONF et les faire mieux connaître sont constamment revues pour s'assurer de leur efficacité. Par exemple, l'ONF organise des présentations de nouveaux films à l'intention de la presse et entreprend des recherches sur les besoins des utilisateurs, sur l'image de marque et sur les communications par Internet. La recherche vise au bout du compte à faire d'onf.ca une destination incontournable pour quiconque s'intéresse au documentaire d'opinion et à l'animation d'auteur.

Dans une optique plus large, l'ONF a également commandé une étude sur les options d'améliorations tactiques et stratégiques en matière de mise en marché et de distribution.

Développement et diversification des marchés

Les recettes générées et le nombre de transactions témoignent de l'efficacité des stratégies de mise en marché utilisées par l'ONF, du succès obtenu et de l'attrait des films de la collection auprès des divers marchés.

Les marchés canadiens

Les recettes tirées de la vente de copies et de vidéocassettes sont en hausse alors que celles des marchés de la télévision et des salles sont en baisse. Dans le cas de la télévision, l'essor considérable du système canadien de radiodiffusion a mené à l'attribution de licences à des centaines de nouvelles chaînes spécialisées, ce qui donnera vraisemblablement à l'ONF l'occasion de faire voir ses œuvres davantage, mais entraînera du même coup une diminution sensible des redevances versées par les diffuseurs.

Dans le cas du marché non commercial (marché de l'éducation et marché institutionnel), l'ONF a entrepris d'évaluer la demande future et l'incidence des développements technologiques sur ce marché. Selon les résultats de cette étude, la demande devrait provenir des programmes scolaires, par exemple en sciences, géographie, histoire, formation en gestion et sciences sociales. L'étude montre également que la prestation numérique se répercutera considérablement sur ce marché et que les promotions Web et les ventes en ligne progressent rapidement. Nous disposons ainsi d'une information essentielle nous permettant de revoir les stratégies que nous utilisons actuellement pour satisfaire au deuxième objectif de l'ONF. *(Non-feature Video Market in Canada Research Study,* Generations Research, avril 2001)

Le tableau suivant présente les recettes réalisées sur les différents marchés au Canada.

Recettes selon les marchés

	1998–1999	1999–2000	2000-2001
	$	$	$
Redevances			
Télévision	1 139 978	1 653 167	921 852
Salles de cinéma	148 306	140 754	120 190
	1 772 086	1 703 264	1 810 146
Vente de copies et de vidéocassettes	18 778	18 855	18 214
Locations	433 101	681 989	676 503
Vente de plans d'archives			
Total	**3 512 249**	**4 198 029**	**3 546 905**

Par ailleurs, l'ONF a établi des partenariats avec différentes bibliothèques publiques dans les diverses régions du pays par lesquels elles peuvent acheter nos films à des conditions avantageuses en retour d'un service de prêt ou de location de ces films à leur clientèle.

Nombre de prêts de films dans les bibliothèques partenaires

1998–1999	1999–2000	2000-2001
214 452	198 102	208 660

Ce marché a connu une augmentation de plus de 10 000 prêts par rapport au dernier exercice.

Les marchés étrangers

Recettes de l'étranger par marché

	1998–1999	1999–2000	2000-2001
	$	$	$
Télévision	1 001 610	2 019 610	977 573
Salles de cinéma	404 225	59 868	147 941
Institutionnel et éducatif	777 703	880 483	943 962
Consommateur	80 890	165 424	325 969
Total	**2 264 428**	**3 125 396**	**2 405 445**

Le marché non commercial et le marché consommateur ont connu un bon rendement en 2000-2001 grâce à de nouvelles ententes et au marché du DVD en pleine croissance, contrairement à celui de la télévision sur lequel nous avons enregistré une baisse de recettes considérable. La situation s'explique partiellement par l'instabilité de l'économie aux États-Unis et la prolifération des chaînes spécialisées qui fragmente le marché et fait chuter les redevances sur les documentaires comme jamais auparavant.

Accessibilité au fonds audiovisuel de l'ONF

Faciliter l'accès au fonds audiovisuel de l'ONF est un moyen essentiel d'atteindre un plus grand auditoire ainsi que d'accroître la visibilité des œuvres de l'ONF et les mieux faire connaître.

Demandes d'information

Au cours de l'exercice, l'ONF a conçu une nouvelle version de son catalogue multimédia. Il s'agit d'une liste dynamique de 7 000 films comprenant synopsis, génériques et photographies, dotée d'un puissant moteur de recherche. Cette base de données audiovisuelles sera ultérieurement enrichie de titres d'autres organismes. Cette année, le nombre d'interrogations a considérablement augmenté, comme le montre le tableau suivant.

Interrogations de la base de données

1998–1999	1999–2000	2000-2001
8 036 000	10 698 366	20 225 321

Utilisation de la collection

Au cours de l'année, nous avons poursuivi le transfert de nouveaux titres sur vidéodisques (298 titres) qui ont été ajoutés au catalogue de la CinéRobothèque et rendus disponibles auprès de la clientèle. L'effet combiné d'un plus grand nombre de productions disponibles et de l'amélioration de l'accessibilité à l'information sur les films a contribué à une plus grande exploitation de ce riche patrimoine audiovisuel canadien.

Titres* différents vendus ou loués au Canada et à l'étranger en 2000-2001, selon la décennie de production

1921–1930 †	2 titres	2 titres
1931–1940 †	9 titres	27 titres
1941–1950	207 titres	210 titres
1951–1960	346 titres	400 titres
1961–1970	680 titres	629 titres
1971–1980	968 titres	989 titres
1981–1990	1 183 titres	1 180 titres
1991–2000	1 497 titres	1 613 titres
Total	4 892 titres	5 050 titres

* *Les versions anglaises et françaises comptent pour des titres différents.*

† *L'ONF est le dépositaire de certaines collections de films produits par d'autres organismes gouvernementaux avant sa fondation en 1939.*

Il y a lieu de souligner ici l'attrait et l'intérêt que présente la collection de l'ONF auprès des publics canadiens et étrangers puisque près de 45 p. 100 des titres vendus ou loués ont été produits il y a plus de 20 ans. Cette constatation révèle que les productions de l'ONF demeurent des outils de référence majeurs quelle que soit leur année de production. Elle valide en outre l'importance accordée à la préservation des films de l'ONF et à leur accessibilité la plus large possible.

CinéRoute permet maintenant aux universités et aux centres de recherche canadiens d'accéder à 800 films de l'ONF et, selon une évaluation récente, les utilisateurs sont en règle générale heureux de cet accès et très satisfaits de la qualité de la transmission.

Une évaluation de cette initiative démontre l'utilité de ce service comme outil de référence et d'information. On a créé des profils d'utilisateurs, étudié le cas de huit universités et analysé les séances d'utilisateur de manière à dégager des données et des tendances fort utiles. Le rapport final a nourri les discussions avec les groupes externes intéressés aux résultats du projet (*Évaluation du processus d'implantation de CineRoute dans les institutions postsecondaires canadiennes*, ABC Inc.).

OBJECTIF 3
GÉRER LES RESSOURCES DE MANIÈRE EFFICACE ET RESPONSABLE.

Au nombre des indicateurs utilisés à ce chapitre, mentionnons les suivants :

- niveau de ressources affectées à la production par rapport aux autres secteurs;
- améliorations apportées aux systèmes internes et externes de manière à mieux gérer et contrôler les ressources.
- recours à des évaluations, vérifications et autres études afin de pressentir et planifier les changements à apporter éventuellement aux directives et programmes et, s'il y a lieu, apporter ces changements avec à-propos.

Ressources affectées à la production

L'un des moyens permettant à l'ONF de s'assurer qu'il y a un lien entre les ressources utilisées et les résultats obtenus consiste à attribuer la majeure partie de ces ressources à la production d'œuvres de grande qualité. Comme l'illustre l'Annexe 2, l'ONF devait consacrer environ 66 % de son budget 2000-2001 à la production cinématographique, par rapport à 23 % à la distribution et à la mise en marché, et à 11 % au soutien à la gestion.

À cette fin, l'ONF poursuit ses efforts pour maintenir ses coûts administratifs de production au plus bas niveau possible. Dans le tableau ci-dessous, on constate que les coûts administratifs se sont maintenus à peu près au même niveau, même si les coûts directs de production ont augmenté de 3,5 millions. La situation s'explique du fait que les coûts directs de production en 2000-2001 ont compris l'achat ponctuel d'un télécinéma à 2,3 millions de dollars (pour lequel l'ONF a reçu une allocation spéciale de 2,0 millions).

Ressources de production

(millions of dollars)

	Dépenses réelles 1998–1999		Dépenses réelles 1999–2000		Dépenses réelles 2000–2001	
Production (coûts directs)	38,7	(68 %)	40,0	(67 %)	43.5	(69 %)
Administration de la production	1,6		1,6		1,7	
Coût net du programme de l'ONF	56,7	(100 %)	59,3	(100 %)	63,0	(100 %)

L'ONF considère que sa priorité est de produire des œuvres qui contribuent à répondre aux priorités du gouvernement fédéral, c'est-à-dire des œuvres de grande qualité qui font rayonner le Canada, favorisent le rapprochement des Canadiens et des Canadiennes entre eux, et établissent des liens avec le monde. L'ONF participe à des coproductions avec divers partenaires, s'assurant ainsi une mise en commun des ressources des secteurs public et privé.

Améliorations apportées aux systèmes internes et externes

Nous avons amélioré les systèmes de production, de distribution et d'administration de manière à permettre à l'ONF de remplir ses objectifs : produire des œuvres audiovisuelles de grande qualité et atteindre l'auditoire le plus efficacement possible. Voici les initiatives mises en œuvre à cette fin.

- Déploiement de connexion haute vitesse et de serveurs à grande capacité pour relier tous les centres de production du pays, rendant possible la collaboration en temps réel;

- Mise en œuvre du module Gestion des relations avec les utilisateurs (GRU), système de commerce électronique qui permet de mieux servir la clientèle de l'ONF;

- Développement de Synchrone, projet d'intégration des bases de données d'information sur les films et les productions audiovisuelles, qui améliore la qualité de l'information gérée par l'ONF;

- Développement du Système électronique de gestion des droits d'auteur (SEGDA) qui, comme son nom l'indique, permettra la gestion des droits sur quelque 10 000 productions;

- Amélioration de la transmission d'images audiovisuelles de grande qualité par CinéRoute pour faire suite à une évaluation du projet;

- Mise en œuvre de certaines initiatives respectant les principes de modernisation de la fonction de contrôleur, notamment au chapitre de l'analyse des risques concernant les pratiques de gestion, les systèmes de contrôle interne et l'information servant à la prise de décisions.

Dans l'ensemble, ces systèmes permettent à l'ONF de mieux gérer ses ressources en resserrant les liens entre ressources utilisées et résultats souhaités.

Recours à des évaluations, vérifications et autres études

L'une des priorités de l'ONF consiste à pressentir et planifier les changements à apporter éventuellement aux directives et programmes en raison de facteurs contextuels ou autres. Les évaluations, vérifications et autres études fourniront des renseignements détaillés et pertinents sur le rendement de manière à permettre à l'ONF d'améliorer ses opérations. Dans certains cas, de telles études donneront des informations utiles sur l'évolution des conditions.

L'ONF s'engage à entreprendre des évaluations et des vérifications conformément à la nouvelle directive du gouvernement fédéral. Ces travaux l'aideront à remplir l'objectif de gestion plus efficace et efficiente des ressources en pressentant les changements à apporter aux directives et programmes, en quantifiant les résultats et les modifications à mettre en place, en gérant les risques et en mettant en œuvre un plan de vérification à long terme.

4. Contribution de l'ONF aux priorités gouvernementales

Mettre en valeur et enrichir l'expérience canadienne

Depuis plus de 60 ans, l'ONF a comme mandat de faire connaître et comprendre le Canada aux Canadiens et Canadiennes en produisant des films sur divers aspects de leurs réalités et en distribuant ces films auprès du grand public et des auditoires spécialisés.

Cette année, l'ONF a produit 87 films, les a rendu accessibles aux Canadiens et Canadiennes, et a mis à la disposition du public sa collection de plus de 9 000 films.

Grâce à ces œuvres, l'auditoire canadien est à la hausse et la population profite d'une sélection variée qui reflète bien la diversité linguistique et culturelle du Canada. Les œuvres contribuent également à ce que les Canadiens et les Canadiennes se comprennent les uns les autres par delà la distance pour créer une société aux valeurs communes.

L'ONF puise à la créativité et aux talents de la population canadienne de divers milieux, s'assurant ainsi de faire valoir et reconnaître nos artistes. Il intervient également auprès des jeunes en mettant en place des programmes de premières œuvres, d'initiation au cinéma, de formation et de soutien des nouveaux cinéastes d'origines culturelles diverses afin de leur permettre d'exprimer des réalités qui leur sont propres, d'apprendre un métier passionnant et de s'insérer dans le marché du travail.

Œuvres canadiennes destinées à des auditoires ciblés : enfants et jeunes, et peuples autochtones

Chacun des deux programmes de production, l'un en langue française et l'autre en langue anglaise, a mis sur pied un programme qui s'adresse exclusivement aux enfants et aux jeunes. Des documentaires, des films d'animation, des productions interactives en ligne ou sur cédérom, sont

produits chaque année et distribués à ces publics en utilisant les moyens les plus appropriés pour les rejoindre et les intéresser.

L'une des priorités du gouvernement fédéral est de favoriser le rapprochement des Canadiens et des Canadiennes entre eux. L'ONF met l'accent sur la production d'œuvres destinées aux jeunes; les faire participer au processus contribue à un tel rapprochement tout en donnant au public cible l'occasion d'en apprendre davantage sur l'histoire, l'identité, les valeurs et le patrimoine canadiens.

De plus, diverses mesures en place au sein de l'ONF dans les domaines de la production, de la diffusion et de la formation cinématographiques ont pour objectif de permettre à des créateurs et à des cinéastes autochtones de s'exprimer et de mieux faire connaître et comprendre leurs réalités. Par exemple :

- Plusieurs films ont été produits par des cinéastes autochtones et sont offerts dans notre collection.
- Un programme de production spécifiquement conçu pour les cinéastes autochtones en est à son deuxième cycle triennal.
- Chaque année, un concours permet de recruter des cinéastes autochtones aux fins d'apprendre le métier, de réaliser un film, puis de s'insérer dans le marché du travail.
- Les films de l'ONF sont diffusés par le réseau de télévision autochtone APTN.
- L'ONF collabore avec ce réseau pour la coproduction de films à petit budget par des cinéastes autochtones débutants.

Mettre les Canadiens en relation avec le monde entier

En qualité d'institution publique reconnue de par le monde entier pour la grande qualité de ses œuvres, l'ONF assure la promotion des valeurs canadiennes aux quatre coins de la planète. Ses œuvres témoignent du talent et des compétences des artistes canadiens. Les prix remportés par les œuvres de l'ONF à l'échelle internationale sont de remarquables indicateurs de leur qualité, de leur pertinence et de leur caractère novateur.

La bonne volonté imputable à la présence et à la visibilité de l'ONF offre au gouvernement des occasions de rencontres internationales favorisant la promotion de la diversité culturelle, par exemple, et donne au secteur privé la possibilité d'augmenter les exportations d'autres produits culturels.

Annexes

Annexe I : Groupement des rapports

Modernisation de la fonction de contrôleur

L'ONF se joindra à la phase 2 de la modernisation de la fonction de contrôleur qui commence à l'automne 2001. Mais déjà, plusieurs initiatives ont été prises pour répondre aux objectifs de ce projet; mentionnons par exemple :

- la mise en œuvre de systèmes financiers intégrés et de la stratégie d'information financière (SIF);
- l'évaluation des risques par la vérification interne;
- l'amélioration des rapports de gestion par une harmonisation des banques de données;
- l'établissement de critères pour assurer de la qualité de l'information.

Paiements de transferts

En 2000-2001, l'ONF a versé 235 000 $ en paiements de transferts répartis comme suit : 8 000 $ en subventions pour encourager des artistes primés lors d'événements cinématographiques d'importance qui ont lieu au Canada et qui sont d'intérêt national ou international; le reste a été versé en contributions pour aider des organismes sans but lucratif œuvrant dans le milieu cinématographique et pour participer à la promotion de la cinématographie canadienne. Dans tous les cas, il s'agit de versements de faible valeur faits à plusieurs bénéficiaires différents.

Politiques spéciales sur les voyages

L'ONF est un employeur distinct et, de ce fait, peut appliquer sa propre politique sur les voyages. En réalité, l'ONF suit de très près la politique du Conseil du Trésor et toute différence ne pourrait avoir qu'une incidence quasi négligeable. Il est à remarquer qu'à l'ONF, la même politique sur les voyages s'applique à toutes les catégories du personnel, incluant les personnes nommées par le Gouverneur en conseil et les cadres supérieurs.

Gestion du matériel

Depuis plusieurs années déjà, l'ONF tient des registres de ses stocks de biens meubles et des biens destinés à la vente (produits audiovisuels). Des dénombrements et des réévaluations se font à intervalles réguliers de sorte que nos états financiers reflètent constamment la valeur réelle de ces biens.

Initiative d'amélioration du service

L'ONF a participé à des séances d'information sur la mise en œuvre de l'Initiative pangouvernementale d'amélioration du service en cinq ans. L'ONF étudie actuellement les outils de mesure communs qui ont été proposés et mettra en œuvre les éléments de l'Initiative conformément au plan progressif du gouvernement.

Annexe II : Rendement financier

A. Aperçu du rendement financier

Renseignements financiers

Office national du film	**$**
Dépenses nettes prévues	59 243 000
Autorisations totales nettes	65 159 693
Dépenses nettes réelles en 2000-2001	**63 041 634**

Note : *Les données financières sommaires comprennent trois chiffres, lesquels visent à illustrer ce qui suit :*

- *les dépenses prévues au début de l'exercice (dépenses nettres prévues)*
- *les autorisations représentent les dépenses supplémentaires que le Parlement a jugé bon d'accorder aux ministères en fonction de changements dans les priorités et d'activités imprévues (autorisations totales nettes);*
- *la somme vraiment dépensée (dépenses nettes réelles en 2000-2001)*

L'ONF répartit ses budgets entre ses objectifs décrits à la Partie II de la façon suivante

Production d'œuvres audiovisuelles	66 %
Distribution, mise en marché et amélioration de l'accès aux œuvres audiovisuelles	23 %
Soutien à la gestion	11 %

Les tableaux 1 et 2 de la Section B présentent les crédits accordés à l'ONF pour l'année 2000-2001 en comparaison avec les dépenses réelles. L'écart entre les autorisations totales et les dépenses réelles découle de retards imprévus dans le déroulement de projets de production et dans le développement du site Web.

Le tableau 3 montre l'évolution des dépenses de l'ONF au cours des dernières années. Les sommes représentent la totalité des dépenses financées à la fois par le crédit parlementaire et par les recettes générées par nos activités. Les écarts proviennent de fluctuations dans les recettes et des ajouts au crédit pour la charge de travail supplémentaire et les rajustements aux conventions collectives.

Le tableau 4 montre les recettes disponibles. La prolifération des chaînes spécialisées a entraîné une diminution notable de la valeur des redevances versées pour les productions.

Une petite partie de nos ressources est consacrée à des paiements de transfert faits au titre de subventions et contributions. La ventilation figure au tableau 5.

Le tableau 6 montre comment se répartit l'utilisation de notre fonds renouvelable, qui sert à financer le fonds de roulement des activités commerciales et la valeur nette des immobilisations.

B. Tableaux financiers récapitulatifs

Tableau financier 1 - Sommaire des crédits approuvés

Besoins financiers par autorisation (millions de dollars)				
		2000-2001		
Crédit/Programme		Dépenses nettes prévues	Autorisations totales nettes	Dépenses réelles nettes
85a	Fonds renouvelable de l'ONF national du film			
	- Déficit de fonctionnement	59,2	65,2	63,0
(L)	Fonds renouvelable de l'ONF national du film	0,4	0,4	2,6
	Total pour l'Agence	**59,6**	**65,6**	**65,6**

Note : Les données financières sommaires comprennent trois chiffres, lesquels visent à illustrer ce qui suit :

- les dépenses prévues au début de l'exercice (dépenses nettes prévues);
- les autorisations représentant les dépenses supplémentaires que le Parlement a jugé bon d'accorder aux ministères en fonction de changements dans les priorités et d'activités imprévues (autorisations totales nettes) : comprennent le report de fonds de l'année précédente et les augmentations reliées aux conventions collectives. Ces sommes comprennent aussi des attributions spéciales reçues pour financer le renouvellement de l'équipement technique et la mise en œuvre de la stratégie d'information financière.
- la somme vraiment dépensée (dépenses réelles nettes en 2000-2001).

Le déficit de fonctionnement paraissant dans le fonds renouvelable de l'ONF est entièrement financé par un crédit parlementaire annuel (crédit 85a pour l'année 2000-2001), ce qui représente une situation assez unique dans les autorisations du budget des dépenses. Seuls le fonds de roulement relié aux opérations commerciales de l'ONF et la variation dans la valeur nette des immobilisations sont financés au moyen d'un crédit législatif. (voir également le tableau 6).

Tableau financier 2 – Comparaison des dépenses totales prévues et des dépenses réelles

Dépenses prévues par opposition aux dépenses réelles (en millions de dollars)			
	2000-2001		
Opérations de l'ONF	**Dépenses prévues**	**Autorisations totales**	**Dépenses réelles**
ETP	490	490	509
Fonctionnement*	67,8	73,8	70,8
Capital	–	–	–
Subventions et contributions votées	0,3	0,3	0,2
Total des dépenses brutes	**68,1**	**74,1**	**71,0**
Moins : Recettes disponibles	(8,9)	(8,9)	(8,0)
Total des dépenses nettes	**59,2**	**65,2**	**63,0**
Autres recettes et dépenses Recettes non disponibles	–	–	–
Coût des services offerts par d'autres ministères**	–	–	–
Coût net du programme	**59,2**	**65,2**	**63,0**

* *Incluent les cotisations aux régimes d'avantages sociaux des employés et les indemnités de départ.*

** *Coût des services offerts par d'autres ministères 30 260 $.*

Tableau financier 3 – Comparaison dans le temps entre les dépenses totales prévues et les dépenses réelles

Comparaison dans le temps entre les dépenses totales prévues et les dépenses réelles (en millions de dollars)					
			2000-2001		
	Dépenses réelles 1998-1999	Dépenses réelles 1999-2000	Dépenses prévues	Autorisations totales	Dépenses réelles
Opérations de l'Office national du film	64,0	68,5	68,1	74,1	71,0
Total	**64,0**	**68,5**	**68,1**	**74,1**	**71,0**

Ce tableau indique l'évolution des dépenses de l'Office national du film au cours des dernières années. Les montants représentent la totalité des dépenses financées à la fois par le crédit parlementaire et par les recettes générées par nos activités. Les variations proviennent des fluctuations dans les recettes et des rajustements au crédit parlementaire pour la charge de travail accrue et les conventions collectives

Pour 2000-2001, nous présentons les dépenses prévues au budget principal des dépenses du début de l'exercice. Les autorisations totales représentent les sommes additionnelles reçues pour couvrir des rajustements aux conventions collectives et pour le report de fonds de l'année précédente. Cette somme comprend aussi une attribution spéciale reçue pour financer de l'équipement technique et la mise en œuvre de la stratégie d'information financière. Les dépenses réelles représentent l'utilisation véritable des fonds.

Il est à remarquer que l'Office national du film n'a qu'un seul secteur d'activité.

Tableau financier 4 – Recettes disponibles

Recettes disponibles (en millions de dollars)					
			2000-2001		
Recettes disponibles	**Recettes Réelles 1998-1999**	**Recettes Réelles 1999-2000**	**Recettes prévues**	**Autorisations totales**	**Recettes réelles**
Opérations de l'Office national du film	**7,3**	**8,5**	**8,9**	**8,9**	**8,0**
Total des recettes disponibles	**7,3**	**8,5**	**8,9**	**8,9**	**8,0**

Tableau financier 5 – Paiements de transfert

Paiements de transfert (en millions de dollars)					
			2000-2001		
	Dépenses réelle 1998-1999	**Dépenses réelle 1999-2000**	**Dépenses prévues**	**Autorisations totales**	**Dépenses réelles**
Subventions	0,006	0,007	0,012	0,012	0,008
Contributions	0,323	0,323	0,307	0,307	0,227
Total des paiements de transfert	**0,329**	**0,330**	**0,319**	**0,319**	**0,235**

Tableau financier 6 – Sommaires financiers du fonds renouvelable

Sommaire financier concernant le fonds renouvelable					
Fonds renouvelable de l'Office national du film (millions de dollars)					
			2000-2001		
	Dépenses réelles 1998-1999	**Dépenses réelles 1999-2000**	**Dépenses prévues**	**Autorisations totales**	**Dépenses réelles**
Recettes (crédit parlementaire)	56,7	59,8	59,2	65,2	63,0
Dépenses nettes	(56,7)	(59,8)	(59,2)	(65,2)	(63,0)
Profit (ou perte)	0	0	0	0	0
Ajouter les éléments n'exigeant pas l'utilisation des fonds :					
Dépréciation/amortissement	(3,9)	(2,9)	(2,0)	(2,0)	(2,8)
Modification du capital de fonctionnement	(0,0)	0,6	0,4	0,4	0,0
Activités d'investissement :					
Acquisition de biens amortissables	1,4	1,9	2,0	2,0	5,4
Excédent de trésorerie (besoin)	(2,5)	(0,4)	0,4	0,4	2,6
Pouvoir : excédent cumulatif (prélèvement)	11,2	10,8	16,7	16,7	13,4

Note : Le fonds renouvelable de l'Office national du film est autorisé par la *Loi sur les fonds renouvelables* pour les opérations commerciales reliées à la production et à l'exploitation de la collection des produits audiovisuels de l'ONF.

Annexe III : Aperçu de l'Office national du film

A. Mandat

En vertu de l'article 9 de la *Loi sur le cinéma*, l'ONF

> a pour mission de susciter et promouvoir la production et la distribution de films dans l'intérêt national, et notamment de :
>
> - Produire et distribuer des films destinés à faire connaître et comprendre le Canada aux Canadiens et aux autres nations, et promouvoir la production et la distribution de tels films;
> - Faire des recherches sur les activités filmiques et en mettre les résultats à la disposition des personnes faisant de la production de films;
> - Conseiller le gouverneur en conseil en matière d'activités filmiques;
> - Remplir, en matière d'activités filmiques, les autres fonctions que le gouverneur en conseil peut lui assigner.[1] »

Énoncé de mission

Dans un monde de communications en perpétuelle évolution et au sein duquel le Canada doit faire valoir sa spécificité, l'ONF contribue à ce que des voix canadiennes se fassent entendre et à ce que des visions canadiennes s'expriment, ici et ailleurs. Dans ce contexte, l'ONF a adopté l'énoncé de mission ci-après comme interprétation opérationnelle de son mandat :

> L'ONF produit et distribue des œuvres audiovisuelles qui suscitent la discussion sur des sujets importants pour le public canadien et étranger, se font reconnaître par leur excellence, leur pertinence et leur caractère innovateur, et explorent le potentiel créatif des médias audiovisuels.

---

[1] S.R.C.1985, ch. N-8. L'article dit également que l'ONF doit *« représenter le gouvernement fédéral dans ses relations avec des personnes exerçant une activité cinématographique commerciale liée à des films cinématographiques réalisés pour le gouvernement ou l'un de ses départements »* . Ces pouvoirs ont cependant été transférés au ministre des Approvisionnements et Services par décret en conseil C.P. 1984-6/2565.

B. Cadre de fonctionnement

Description du programme de l'Office national du film

L'ONF est un organisme culturel qui relève du ministère du Patrimoine canadien. Il est administré par un conseil d'administration nommé par le gouverneur en conseil et présidé par le commissaire du gouvernement à la cinématographie.

L'ONF est un organisme intégré de production et de distribution de films et autres produits multimédias : les films y sont développés, scénarisés, tournés, traités, publicisés, mis en marché, vendus et distribués. Son centre principal de production et de distribution est à Montréal, mais il possède aussi des bureaux à Ottawa, Halifax, Moncton, Toronto, Winnipeg, Edmonton et Vancouver. Il compte également des bureaux à Paris, Londres et New York pour la mise en marché de ses productions sur le scène internationale. Pour exécuter son programme d'activités, il compte sur son propre personnel, mais il a également recours à des pigistes et s'associe au besoin à des partenaires des secteurs public et privé de la production et de la distribution.

Bien qu'il soit autonome et que, par tradition, il œuvre à distance du gouvernement, cet organisme cinématographique public contribue à plusieurs égards aux objectifs de la politique culturelle canadienne en offrant des films socialement et culturellement pertinents, en fournissant du matériel audiovisuel canadien aux milieux éducatifs, en appuyant directement diverses initiatives du gouvernement canadien ici et sur la scène internationale, en assurant la préservation d'un riche patrimoine audiovisuel canadien et en y donnant accès, en soutenant le cinéma de la relève, en favorisant le développement du cinéma régional et celui des groupes de la diversité, en établissant des alliances stratégiques avec les secteurs privé et public, en favorisant la promotion de la culture canadienne à l'étranger et en encourageant la recherche et l'expérimentation dans les technologies des communications.

Description des secteurs de service

L'ONF comprend un seul programme, un seul secteur d'activité et un seul mandat, qui est de « faire connaître et comprendre le Canada aux Canadiens et aux autres nations. » À cette fin, il compte sur les ressources et les activités de trois secteurs de service, soit la production d'œuvres audiovisuelles, la distribution de ces œuvres auprès des publics canadiens et étrangers, et l'administration de ses affaires.

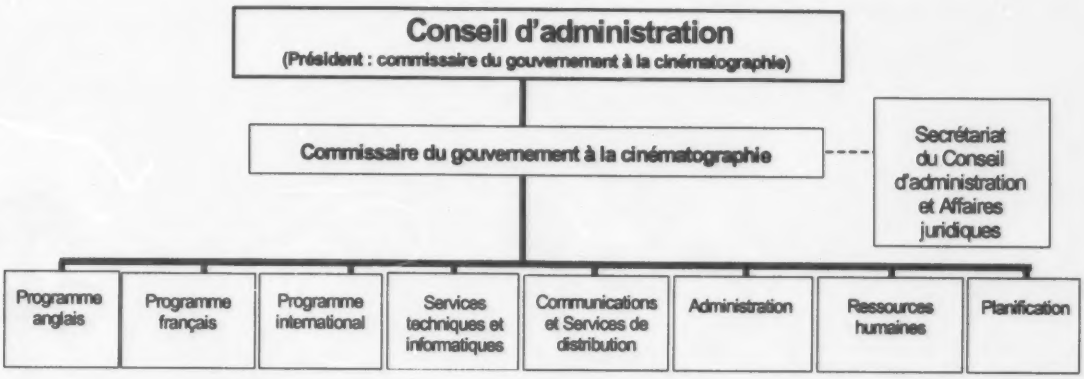
En qualité de producteur public, l'ONF s'assure que l'interprétation des réalités et de l'imaginaire canadiens offre un haut niveau de qualité sur le plan cinématographique, permet l'innovation et l'avancement artistiques et technologiques et porte tout autant sur de grands enjeux de société que sur des faits de la vie quotidienne.

En qualité de distributeur public, l'ONF s'assure que les films qu'il produit rejoignent le grand public et des auditoires spécialisés en ayant recours aux circuits de diffusion et aux systèmes de distribution les plus appropriés à sa mission, et en faisant en sorte que sa collection audiovisuelle patrimoniale soit préservée et accessible par l'entremise de systèmes performants.

En qualité d'organisme public, l'ONF s'assure d'une saine gouvernance de ses activités et de ses ressources en aménageant des conditions propices à la créativité, à la productivité et à la responsabilité de son personnel.

C. Organigramme

L'organigramme suivant illustre la structure organisationnelle et hiérarchique sur laquelle s'appuie l'ONF pour assurer au jour le jour que ses secteurs de services donnent un rendement optimal, tant au plan de l'efficience qu'à celui de l'efficacité



Centres de responsabilité

Sous la direction du ou de la Commissaire, le programme est divisé en neuf (9) principaux centres de responsabilités.

Le **Programme anglais** gère les activités de production en langue anglaise et de marketing de ses produits à l'échelle canadienne.

Le **Programme français** gère les activités de production en langue française et de marketing de ses produits à l'échelle canadienne.

Le **Programme international** est chargé des activités de mise en marché et de vente à l'étranger, et gère la participation de l'ONF à des festivals canadiens et étrangers.

Les **Services techniques et informatiques** comprennent les services techniques ainsi que le développement et le soutien informatiques.

Les **Communications et Services de distribution** englobent les communications, les affaires gouvernementales, la gestion de la collection et de l'information, la Cinémathèque de plans d'archives et divers services de soutien à la distribution.

L'**Administration** regroupe les services financiers, les aménagements, les ressources matérielles et les services à la clientèle.

Les **Ressources humaines** gèrent le personnel, la formation et le programme d'équité.

La **Planification** regroupe la planification, l'évaluation et la vérification interne.

Le **Secrétariat du Conseil d'administration et Affaires juridiques** s'occupe également de l'accès à l'information.

Annexe IV : Autres renseignements

A. Personnes auprès desquelles obtenir des renseignements supplémentaires et sites Web

- Maryse Charbonneau, directrice de l'Administration
- Claude Parent, directeur de la Planification et des Examens

(Les personnes qui désirent obtenir des renseignements supplémentaires auprès des responsables des secteurs de service peuvent aussi consulter le site Internet (http://www.onf.ca) pour obtenir leurs coordonnées.)

B. Lois appliquées et règlements connexes

- *Loi sur le Cinéma*, S.R.C. 1985, ch. N-8 (la dernière modification est entrée en vigueur le 1er novembre 1995)